



UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE POSTGRADO

**LOS EFECTOS DEL AFECTO: UN ANÁLISIS POSFUNDACIONAL
DEL DISCURSO DEL EMPRENDIMIENTO DE LA CORFO**

Gustavo Andrés Sánchez Muñoz

**Tesis para optar al grado de Magíster en Ciencias Sociales mención Sociología de la
Modernización**

Profesor guía: Dr. (c) Rodrigo Figueroa

Santiago de Chile

07 de Diciembre de 2017

Para Pancho.
Porque, como Bernardo Soares,
es uno de esos pocos.

CONSTANCIA

Esta tesis fue posible gracias al patrocinio de la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (CONICYT), la cual me otorgó la Beca de Magíster Nacional 2016 del Programa de Formación de Capital Humano Avanzado (folio 22162416) que financió mis estudios de posgrado durante dos años en la Universidad de Chile.

AGRADECIMIENTOS

Si por algún motivo alguien pone atención a las palabras puestas aquí por mí, el autor –o sea, siguiendo el diccionario: quien es causa de algo, inventa algo o comete un delito, aunque no veo razón por la cual deban ser excluyentes en este caso–, notará que en algunos lugares hay alusiones al *Libro del desasosiego* de Pessoa. Pues bien, en uno de sus pasajes se señala que “la ciencia no es sino un juego de niños al crepúsculo, un querer atrapar sombras de aves y detener sombras de hierbas en el viento”, vale decir, es un ejercicio testarudo, obstinado y, en última instancia, destinado a fracasar. Pero heme aquí, insistiendo con la candidez de un niño, sosteniendo al crepúsculo la esperanza de que se puedan atrapar sombras. Al fin y al cabo, es una esperanza que bien vale la pena tener. Y como es una esperanza que no se puede tener en solitario, es necesario agradecer.

En primer lugar, a mi familia. A mi madre, porque sé que no debió ser fácil aceptar que me fuera de su casa para cursar el magíster. Su orgullo por mi trabajo es un constante aliciente para continuar. A mis hermanos, porque he sentido el apoyo constante de ambos, sin importar lo disímiles de nuestros caminos.

A Víctor Saldaña, Irina Karamanos, Sebastián Escobar, Manuel Pineda, Roberto Zura y Lucio Gutiérrez. Todos ellos, de una u otra manera, han tenido que ver con este proceso de investigación y neurosis. A Rodrigo Figueroa, mi profesor guía, quien aceptó acompañarme en esta investigación de forma generosa y sin poner reparos a mis incursiones en campos extraños para la sociología más tradicional. A María José Guerrero, quien no podría estar ausente. Si no fuera por su incondicional apoyo, sus lecturas desinteresadas y, en más de alguna ocasión, su sola presencia, es probable que las cosas hubiesen tomado un rumbo muy distinto.

Para finalizar, mi mayor deuda es con Francisco Valenzuela. Decir que nada de esto tendría la forma que tiene de no ser por Pancho es simplemente atestiguar una verdad. Las páginas de esta investigación están atravesadas por casi tres años de reuniones, discusiones, comentarios y lecturas que han tenido un impacto inestimable en mi desarrollo intelectual. Su confianza en mis capacidades, así como su amistad, serán un permanente misterio para mí.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO 1	10
Antecedentes del problema	10
CAPÍTULO 2	16
Objetivos de la investigación	16
CAPÍTULO 3	17
Marco teórico	17
3.1.- Neoliberalismo(s) y subjetividad(es)	17
3.2.- El enfoque posfundacional: discurso y afecto.....	24
3.3.- El emprendimiento en Chile	30
CAPÍTULO 4	36
Estrategia metodológica	36
4.1.- Enfoque metodológico	36
4.2.- Técnica para la producción de información	39
4.3.- Estrategia de análisis.....	44
CAPÍTULO 5	47
Presentación de los resultados.....	47
5.1.- Lógica Social	48
5.2.- Lógica Política	54
5.3.- Lógica Fantasmática	66
5.4.- Articulación.....	75
CAPÍTULO 6	82
Conclusiones generales	82
BIBLIOGRAFÍA.....	86
ANEXO.....	95

INTRODUCCIÓN

En las siguientes páginas se plasma el resultado de un trabajo de investigación que me tomó formalmente dos años pero que, en rigor, es un esfuerzo por responder a interrogantes que me han rondado por un largo tiempo. Cuando escribo esta introducción, a mediados de Noviembre de 2017, el emprendimiento parece ser un espectro insistente, un significante que se ha adherido a nuestra realidad cotidiana y le imprime su forma. Distintos programas de radio y televisión se dedican diariamente a mostrarnos cómo ciertas ideas alcanzaron el éxito. Prácticamente todas las universidades poseen diplomados, maestrías y seminarios dedicados al tema, llegando algunas a tener facultades de emprendimiento y otras a promocionarse como un lugar “para espíritus emprendedores”. Bancos ofrecen cuentas y beneficios para que los emprendedores desarrollen sus ideas. Compañías de telefonía dicen poseer “el *power* de los emprendedores”. El Estado genera una amplia batería de servicios, programas y proyectos destinados a fomentar el emprendimiento. Las librerías se repletan de textos de autoayuda, de grandes ideas que cambiaron el mundo, de cómo tener éxito... Y la retahíla parece no tener fin.

Las interrogantes que me han perseguido se pueden sintetizar en una gran pregunta: ¿cómo es posible que el emprendimiento haya alcanzado tal nivel de extensión en la sociedad chilena? Con ello no estoy queriendo decir que mi investigación responde esta pregunta –lo que sería en exceso pretencioso–, sino algo mucho más sencillo, y es que esta extensión me resulta extraña, me impresiona, me intriga. La perplejidad que he experimentado cuando alguien se identifica a sí mismo como un emprendedor, cuando el Gobierno decreta un “año del emprendimiento” o cuando uno de los paladines del emprendimiento nacional habla de la “economía del amor” y de cómo los empresarios se van a dedicar a distribuir cariño por el mundo, es lo que ha inspirado esta investigación. Por lo tanto, es mi deseo que estas páginas sean leídas como un intento por comprender qué es lo que posee el emprendimiento que lo vuelve tan seductor, cómo es posible que, en no más de una década, se haya colado en cada rincón de nuestra sociedad.

Esta perplejidad me llevó a interiorizarme en el “ecosistema” de emprendimiento nacional, cuya fisonomía debe mucho al rol activo que ha jugado el Estado en su estructuración. Es el papel central desempeñado por el Estado, que es reconocido por todos

los actores del ecosistema, lo que me llevó a enfocar esta investigación en la Gerencia de Emprendimiento de la Corfo, la institución de mayor relevancia en la promoción del emprendimiento a nivel nacional y que cuenta, además, con una política pública de vanguardia que es modelo a nivel internacional. Mediante entrevistas a los sujetos que encabezaron la Gerencia de Emprendimiento desde su creación hasta la actualidad, la investigación intenta reconstruir las Lógicas que articulan el discurso del emprendimiento de la Corfo.

Los capítulos del texto están distribuidos de la siguiente manera: el primero, entrega los antecedentes del problema, donde se establece una panorámica de la práctica del emprendimiento, que va desde lo general a lo particular, y que permite situar la problemática a tratar, culminando con la pregunta de investigación, las relevancias y justificaciones. El segundo, explicita el objetivo general y los objetivos específicos de la investigación. El tercero, presenta el marco teórico (teoría del discurso) y el enfoque (posfundacional) que informan la investigación. El cuarto, introduce al lector en el marco metodológico aplicado en este estudio, dando cuenta de la aproximación de las Lógicas desarrollado por Glynos y Howarth, así como también de otras herramientas analíticas propias del enfoque posfundacional. El quinto, presenta los hallazgos del estudio, los que están estructurados según el orden de los objetivos específicos de la investigación. El sexto, y último, da cuenta de las principales conclusiones que se extraen del estudio.

Para finalizar, cabe destacar que todo aquel que haya concluido alguna vez una investigación sabrá reconocer que no existe algo así como un término del proceso investigativo sino, más bien, una necesidad de detenerse. Lo que se presenta a continuación es mi detenimiento investigativo. Espero que esté a la altura de las expectativas de quien se adentre en sus páginas.

CAPÍTULO 1

Antecedentes del problema

El concepto “emprendimiento” está bastante lejos de ser una novedad en el campo de la economía y las ciencias sociales en general, pero quizás nunca antes había gozado de la centralidad que ha adquirido en la actualidad. En efecto, suele atribuírsele a Schumpeter el haber puesto al emprendedor en el centro de la producción de riqueza, particularmente en su *Teoría del desenvolvimiento económico* de 1911, pero se sabe que Richard Cantillon ya postulaba al emprendedor como responsable del intercambio y la circulación de la economía en su *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*, escrito en 1730 y publicado en 1755 (Bula, 2012). El emprendimiento, como concepto y práctica en la modernidad, ha recorrido un largo camino desde mediados del siglo XVIII hasta la actualidad, momento en el cual se ha posicionado como un elemento central para el desarrollo económico y social.

En efecto, y a pesar de figurar con bastante anterioridad en su agenda, la OECD ha relevado recientemente la importancia que ha tenido el emprendimiento en todo el mundo, aunque particularmente en Europa, para sobrellevar los devastadores efectos de la crisis financiera de 2008 (OECD, 2016). Para esta organización el emprendimiento es,

“... la generación de valor mediante la creación o la expansión de la actividad económica gracias a la identificación y la explotación de nuevos productos, procesos o mercados. En este sentido, el emprendimiento es un fenómeno que se manifiesta en toda la economía y de muy diversas formas con diferentes resultados, no siempre relacionados con la creación de bienestar financiero” (OECD, 2016: 12).

Es precisamente esta idea de que el emprendimiento está “en toda la economía y de muy diversas formas con diferentes resultados” lo que lleva a esta organización a sostener que no existe un único indicador que pueda realmente aprehender este fenómeno, sino que existen una serie de determinantes contextuales que posibilitan o limitan el desarrollo del emprendimiento, entre los que se encuentran: el marco regulatorio nacional, las condiciones del mercado, el acceso a financiamiento, la creación y difusión del conocimiento, la capacidad emprendedora, la cultura, el desempeño emprendedor y el

impacto (OECD, 2016). En este sentido, la OECD ha abogado por el fomento y la consolidación de estos determinantes contextuales dado que, desde su visión, el emprendimiento “es un factor importante del desarrollo inclusivo y sostenible, con un potencial significativo para crear puestos de trabajo más allá del autoempleo” (OECD, 2016: 22).

En América Latina el caso no es muy diferente. En un reciente estudio del Banco Mundial se destaca la relevancia del emprendimiento en la región como “motor fundamental del crecimiento y el desarrollo” (Lederman, Messina, Pienknagura y Rigolini, 2014: 1). Si bien aquí se utiliza una noción bastante amplia del emprendimiento, entendido como aquellos individuos que transforman ideas en iniciativas rentables, se asume que si bien las aptitudes son un elemento imprescindible para el éxito, un punto clave lo juega el entorno económico e institucional donde el emprendimiento se asienta. Es por lo tanto bajo el entendido de que los emprendedores no son una consecuencia del desarrollo sino que los motores del mismo, que se destaca la necesidad de recurrir a las políticas públicas para su fomento, lo que es particularmente relevante para América Latina y el Caribe. En esta línea se pone el acento en la necesidad de incentivar la innovación en los emprendimientos a través de la competencia, dado que si bien es factible considerar a América Latina y el Caribe como “una región de emprendedores”, este emprendimiento es escaso en innovación tanto de productos como de procesos, lo que estaría asociado a la concentración de los mercados y las altas barreras de entrada (Lederman, Messina, Pienknagura y Rigolini, 2014). Por tanto, dada la centralidad del emprendimiento para el desarrollo de la región, se señala que una de las prioridades de las políticas públicas debería ser la generación de entornos favorables para esta actividad, lo que implica leyes, instituciones, infraestructura y capital humano.

En Chile se ha sostenido que la instalación y profundización de la modernización neoliberal permitió la revitalización de una serie de capacidades latentes en nuestra sociedad y, particularmente, la capacidad de emprender actividades productivas sobre la base de la creatividad y el autoesfuerzo, lo que se encontraba oculto por el proteccionismo y la cultura clientelar del período desarrollista (Muñoz, 2007). En este sentido, el emprendimiento ha alcanzado una centralidad política, económica y social desde hace poco

más de una década en nuestra sociedad. En efecto, si se revisan los Programas de Gobierno de Ricardo Lagos y Michelle Bachelet se puede apreciar que en el del primero no hay ninguna alusión al emprendimiento en tanto que actividad económica particular y el foco del crecimiento económico está centrado más bien en la relación entre los “actores del desarrollo” tradicionales, esto es, trabajadores y empresas (Lagos, 1999). Sin embargo, el Programa de Bachelet (2005: 35) señala explícitamente que: “La creatividad de las personas, el emprendimiento y la inversión son motores claves del crecimiento y el desarrollo”, lo que la lleva a proponer el Programa Más Emprendimiento para Chile que se centra en PYMES.

Pocos años antes, el 2002, Chile se incorpora al proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), desarrollado por el Babson College y la London Business School, que desde 1999 provee información para más de 100 países respecto al fenómeno del emprendimiento y que permite comparar realidades e identificar, a nivel interno, las limitantes y condicionantes para su despliegue. Precisamente con la información proporcionada por el GEM se han elaborado informes y artículos donde se destaca la necesidad de fomentar las condiciones apropiadas para el “medio ambiente” del emprendimiento, donde juega un rol importante la política pública –tanto en el fomento como en la re-regulación–, así como también la necesidad de reducir el emprendimiento por necesidad, que sería un indicador de pobreza, y potenciar el emprendimiento por oportunidad (Larroulet y Ramírez, 2007). Por otra parte, en el último reporte nacional del GEM (Mandakovic, Abarca y Amorós, 2016) se señala que Chile destaca entre los miembros de la OECD por presentar la mayor cantidad de personas adultas que se declaran emprendedoras y, como ha sido tendencia, en el país prevalece una visión favorable y una alta valoración social hacia el emprendimiento. Asimismo, entre los expertos que se consultan en esta medición destaca particularmente la valoración positiva hacia los programas y políticas públicas pro-emprendimiento como un elemento que es comparable incluso con economías desarrolladas.

En este marco de promoción estatal del emprendimiento el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo realiza desde 2009 su Encuesta de Microemprendimiento (EME), lo que ha permitido establecer que en la actualidad existen en Chile 1.865.860 emprendedores

(Arellano y Schuster, 2016), al tiempo que se crean 140 empresas al día (Arellano y Rodríguez, 2016). Este último punto –la creación de empresas– ha contado con un amplio desarrollo desde el año 2013, cuando entra en vigencia el Registro de Empresas y Sociedades, lo que permitió reducir los costos de generación de una empresa prácticamente a cero. Esto permitió pasar de 20.671 empresas creadas en 2013 a 76.174 en 2016 (Arellano y Rodríguez, 2016).

En base a lo señalado, podríamos decir que lo que tiende a prevalecer en Chile es una “visión utópica” del emprendimiento (Verduijn et al., 2014), vale decir, aquella que lo entiende como una herramienta privilegiada para solucionar buena parte de los problemas económicos y sociales, al tiempo que posibilitaría la emancipación de las personas. Sin embargo, esta visión tiende a soslayar los efectos de lo que se ha denominado la “visión distópica”, la cual remite básicamente a aquellas aproximaciones que enfatizan los aspectos más perniciosos de dicha práctica, como la autoexplotación o la naturalización de la desigualdad, y que entienden al emprendimiento como un soporte ideológico del capitalismo contemporáneo (Costa y Saraiva, 2012; Ruiz, 2010). Cabe destacar que esta visión favorable hacia el emprendimiento se sostiene a pesar de que, por ejemplo, del total de emprendedores del país (1.865.860) el 97% son microemprendedores (1.814.938); tres de cada cuatro (74,4%) constituyen empresas unipersonales; más de la mitad (51,3%) opera de manera informal; y prácticamente la mitad (46,3%) gana mensualmente entre \$0 y \$225.000 (Arellano y Schuster, 2016).

Dado los antecedentes presentados, se desarrolla una investigación guiada por la siguiente pregunta: *¿Cuáles son los componentes discursivos que permiten comprender la hegemonía de la práctica del emprendimiento expresada en la Corporación de Fomento de la Producción de Chile?*

En esta investigación se ha decidido analizar la práctica del emprendimiento desde el discurso de su principal institución de promoción estatal, como es la Corfo, lo que la convierte en un *locus* privilegiado para aprehender este fenómeno en Chile. Ello se justifica porque, como hemos señalado anteriormente, todos los actores relevantes del mundo del emprendimiento coinciden en el rol fundamental que juegan las instituciones estatales en la configuración de entornos favorables para el emprendimiento, tanto en el ámbito de la

regulación como de la promoción, lo que incluso ha llevado a algunos a hablar de un “Estado emprendedor” (Mazzucato, 2014). Pero, además, centrar la investigación en una institución estatal de fomento al emprendimiento responde a un interés por profundizar en el conocimiento de las relaciones Estado-Mercado bajo el neoliberalismo contemporáneo, considerando que aquellas posiciones que caracterizaban a este último como un proceso de reducción progresiva del peso y la significancia del Estado han quedado desacreditadas, así como también de que el acento que recientemente se ha puesto en las fallas de mercado como elemento central para entender los tipos de relaciones Estado-Mercado en el neoliberalismo chileno (Maillet, 2015) no parece ser suficiente para explicar el fenómeno del emprendimiento. Por lo tanto, consideramos que esta investigación constituye un aporte para comprender los distintos usos neoliberales del Estado en Chile.

En lo que respecta a la relevancia teórica de la investigación, esta se enmarca dentro de aquellos enfoques que entienden al neoliberalismo principalmente como un mecanismo de construcción de subjetividades sobre la base de la competencia y los modelos empresariales, donde el emprendimiento ocupa un lugar central (Alemán, 2016; Foucault, 2016; Laval y Dardot, 2013). Pero, al mismo tiempo, recoge las advertencias que han levantado algunos investigadores sobre los peligros de asumir al neoliberalismo como un discurso monolítico que tendría los mismos rendimientos en todo lugar y momento, lo que demanda un esfuerzo por analizar las formas concretas en que el neoliberalismo articula y sostiene fantasías y narrativas que constituyen subjetividades empresariales dependientes del tiempo y el espacio (Walkerdine y Bansel, 2010). En esta línea, la investigación se propone como un medio para profundizar en los mecanismos discursivos particulares que, dentro de las coordenadas neoliberales generales, posibilitan el mantenimiento y consolidación del emprendimiento en Chile.

Finalmente, la relevancia metodológica de la investigación radica en la utilización de un enfoque de reciente desarrollo, como es el Análisis de Discurso Posfundacional (Marttila, 2015; Cederström y Spicer, 2014; Glynos y Howarth, 2007), el cual trae a primer plano el estudio de los mecanismos afectivos que todo discurso moviliza para producir el apego subjetivo y sostener su sentido. De esta manera, y recurriendo a categorías del psicoanálisis como fantasía, deseo, objeto-causa, entre otras, se intenta develar los

mecanismos inconscientes que sostienen la identificación con el discurso del emprendimiento, más allá del cálculo estrictamente racional que se le atribuye al *homo economicus*. En este sentido, hemos optado por un enfoque metodológico que va en línea con los sustentos teóricos de la investigación y que, a su vez, se hace cargo de los llamados que se han hecho desde la sociología sobre la necesidad de prestar atención a los aspectos emocionales y afectivos en la comprensión de los fenómenos sociales (Davies, 2015; Sayer, 2010; Illouz, 2007) y, particularmente, a la dimensión excitante o seductora del capitalismo contemporáneo (Boltanski y Chiapello, 2002). Por tanto, consideramos que el enfoque teórico-metodológico de esta investigación constituye una contribución a los estudios de la afectividad (Kenny y Gilmore, 2014; Gregg y Seigworth, 2010; Clough y Halley, 2007), un campo escasamente explorado en las investigaciones sobre neoliberalismo en Chile.

CAPÍTULO 2

Objetivos de la investigación

Objetivo General: Analizar los componentes del discurso del emprendimiento de la Corporación de Fomento de la Producción que permiten comprender la hegemonía de la práctica del emprendimiento en Chile.

Objetivos Específicos:

1. Identificar la Lógica Social del discurso del emprendimiento de la Corfo.
2. Identificar la Lógica Política del discurso del emprendimiento de la Corfo.
3. Identificar la Lógica Fantasmática del discurso del emprendimiento de la Corfo.
4. Articular las distintas Lógicas del discurso de la Corfo para dar cuenta de los mecanismos a través de los cuales el emprendimiento se ha constituido en una práctica hegemónica en Chile.

CAPÍTULO 3

Marco teórico

3.1.- *Neoliberalismo(s) y subjetividad(es)*

Ninguna aproximación al estudio del neoliberalismo puede pasar por alto el hecho de que dicho concepto ha sufrido tal extensión en el campo académico que, en muchos casos, pareciera tener la capacidad de explicar cualquier fenómeno social. Podemos decir que esta tendencia ha conducido a dos caminos opuestos. Por un lado, hay quienes sostienen que es preciso redefinir el concepto, de modo tal de dejar de tratarlo como una entidad plenamente coherente que se expande por todas las sociedades de la misma forma y con los mismos resultados, por lo que sería más preciso hablar de procesos de neoliberalización antes que de neoliberalismo (Springer, 2012; 2015). Por otro lado, hay quienes consideran que incluso este proceso de redefinición no es suficiente para hacer del neoliberalismo una categoría apropiada para el análisis de las transformaciones sociales, dado que persistirían tendencias a hacer de las relaciones microsociales y la vida cotidiana aspectos residuales de proyectos hegemónicos o programas gubernamentales (Barnett, 2005). Ahora bien, a pesar de que es preciso atender a la crítica señalada por esta segunda corriente, dentro de esta investigación consideramos que es posible hacerlo conservando el potencial analítico del concepto.

Distintos autores coinciden en que los diagnósticos relativos a la crisis financiera de 2008, que en muchos casos auguraban el inicio de un período posneoliberal, fueron un factor decisivo para reelaborar las conceptualizaciones sobre el neoliberalismo y preguntarse por los mecanismos que permiten darle estabilidad (Springer, 2015; Cahill, 2014). En efecto, se ha destacado que solo sería posible hablar de posneoliberalismo si se asume de antemano que existe un único tipo de neoliberalismo que se ha dejado atrás, ya que de lo contrario no se podría postular el inicio de una formación social distinta (Springer, 2015). Es por ello que se han desarrollado distintos esfuerzos por mostrar que el neoliberalismo es más bien un fenómeno sobredeterminado, proteico y en constante proceso de adaptación.

Desde un enfoque institucional cabe destacar el trabajo de Damien Cahill (2014) quien, rescatando la tradición polanyiana, sostiene que existen distintos espacios sociales donde el neoliberalismo se encastra y, de esta manera, garantiza su durabilidad a pesar de sus crisis internas. Si bien es cierto que Cahill utiliza una definición relativamente estandarizada del neoliberalismo, entendido como un régimen político que tiende a la privatización, mercantilización, desregulación y el control de la inflación, lo central de su análisis radica en la separación con aquellas interpretaciones que asumen que el neoliberalismo es un conjunto de ideas que se aplican indiferenciadamente en toda sociedad, apelando a que este siempre se encuentra encastrado en estructuras sociales que pueden variar en cada país y a través del tiempo. Estas estructuras son las relaciones de clase, las instituciones y la ideología, lo que establece una serie de normas y relaciones sociales que permiten dar soporte al neoliberalismo. De esta manera, el centro del análisis deja de estar en la identificación de los principios fundamentales del neoliberalismo y se desplaza hacia los arreglos particulares entre estas estructuras sociales que dan cuerpo a los “neoliberalismos realmente existentes” (Cahill, 2014), cuyo encastre en lo social es mucho más pragmático y maleable de lo que se ha supuesto.

Otra vertiente dentro del enfoque institucional que se ha centrado en la complejización de las formas del capitalismo contemporáneo es la que se conoce como “variedades de capitalismo” (Hall y Soskice, 2006; Schneider, 2009). Partiendo de la base de que la economía política es un espacio donde los distintos actores en juego buscan promover sus intereses mediante una interacción estratégica, este enfoque pone en el centro del análisis a las empresas y sus estrategias dado que de sus respuestas particulares dependen los desempeños de las economías nacionales (Hall y Soskice, 2006). Lo que este enfoque pretende rebatir es la existencia de una suerte de convergencia en ciertos análisis sobre la globalización que sostienen que las empresas poseen las mismas características en todo lugar y que éstas buscan siempre aumentar su competitividad mediante la reducción del costo del trabajo, por lo que, independientemente del contexto, existiría una presión por desregular mercados laborales y una constante amenaza de relocalización. Contra esta visión el enfoque de variedades de capitalismo afirma la existencia de ventajas institucionales comparativas que establecen modos diferenciales de regulación y organización del capitalismo según los marcos institucionales de las naciones, cuyos tipos

ideales serían las Economías de Mercado Liberales, que se caracterizan fundamentalmente por coordinar sus actividades mediante los mercados competitivos, y las Economías de Mercado Coordinadas, que dependen de una coordinación estratégica con los demás actores para organizar esfuerzos y generar competencias específicas propias (Hall y Soskice, 2006). Vale decir, mientras una pone el acento en las relaciones de competencia, la otra lo pone en las relaciones de colaboración.

Si bien el enfoque de variedades de capitalismo ha sido elaborado principalmente para analizar países desarrollados, han existido conceptualizaciones para América Latina que sostienen que en la región existirían Economías de Mercado Jerárquicas debido a la existencia de grupos económicos diversificados, la presencia de corporaciones multinacionales, relaciones laborales altamente atomizadas y una baja educación y capacitación laboral (Schneider, 2009). Asimismo, a pesar de no hablar directamente de neoliberalismo –algo usual en la literatura norteamericana– parece del todo legítimo sostener que existe una equivalencia al poner el acento en las empresas y los procesos de liberalización. Además, existen trabajos que, aunque no aluden directamente a dicho enfoque, sí ponen el énfasis en la existencia de variedades institucionales de neoliberalismo (Maillet, 2015).

Ahora bien, como señalamos al comienzo, el hecho de reconocer que no existe un neoliberalismo sino que variedades del mismo, encastrados a su vez de diversa forma en lo social, constituye solo un primer paso en la reelaboración de dicha categoría. Esto se debe a que es perfectamente posible pensar la existencia de múltiples tipos de neoliberalismo que, finalmente, logran materializarse de manera cuasi mecánica en las sociedades, por lo que nuevamente estaríamos negando “el rol que juega ‘lo social’ y la agencia individual en la (re)producción, facilitación y circulación del neoliberalismo” (Springer, 2012: 135). Así las cosas, resulta necesario revisar aquellos análisis que ponen en el centro la producción de subjetividades bajo el neoliberalismo.

En este sentido, es legítimo sostener que el trabajo pionero de Michel Foucault (2016) inaugura este enfoque al entender al neoliberalismo como una forma particular de gobierno, vale decir, como actividad destinada a regir la conducta de las personas, cuyo objetivo está en la generalización de la forma-empresa a todo el campo social, haciendo

“del mercado, de la competencia, y por consiguiente de la empresa, lo que podríamos llamar el poder informante de la sociedad” (2016: 186). Así, el gobierno neoliberal conlleva una nueva forma de comprender al sujeto por parte de la economía, el cual ya no estaría vinculado a esta por medio de la venta de su fuerza de trabajo sino que por el rendimiento de su capital humano, dado que se asume que todo ingreso es el resultado de la renta de un capital que se vuelve inseparable de su portador dentro del marco general de la competencia. De esta manera, el tipo de subjetividad propia de los gobiernos neoliberales será aquella donde se asumen voluntariamente –dado que las técnicas de gobierno apelan siempre a la libertad del sujeto– los principios empresariales para la configuración de los distintos aspectos de la vida, emergiendo así un empresario de sí mismo (Foucault, 2016).

La idea de que existe una forma de gobierno neoliberal de conducir las conductas de los sujetos bajo los dictámenes de la competencia y el modelo empresarial ha derivado, en la actualidad, a una serie de investigaciones que se centran en la figura del emprendedor como dispositivo dominante de subjetivación. Es el caso de Ulrich Bröckling (2015), quien parte de la base de que el sujeto nunca es ni una víctima sumisa ni un opositor consciente de las intervenciones del poder, sino que es siempre su efecto. De esta forma, su análisis se aboca a identificar los dispositivos que bajo el neoliberalismo permiten a los sujetos reconocerse y (auto)governarse a través del privilegio normativo asignado al mercado. Lo que destaca este autor es que, para la gubernamentalidad neoliberal, gobernar es siempre estimular la competencia y, si el emprendedor es su forma de subjetivación privilegiada, ello implica que gobernarse a sí mismo es un proceso constante de promoción de la capacidad de competencia individual.

Esto es lo que haría del dispositivo neoliberal un mecanismo circular que pareciera abarcarlo todo, ya que “a más dominio de la competencia, tanta más oportunidad tienen los actores de acomodar su actuar hacia la capacidad de competir” (Bröckling, 2015: 119). Así, el modelo empresarial de gestión de los recursos se convierte en el mecanismo más idóneo para trabajar y fortalecer la capacidad de competencia subjetiva, a pesar de ser este un ideal jamás realizable por completo. Este último punto es destacado por Bröckling (2015) ya que allí reside, desde su análisis, la paradoja fundamental del emprendimiento: al tiempo que se constituye en un mecanismo de subjetivación de alcance global, nunca es posible estar

seguro de ser un emprendedor, ya que siempre existirán nuevos riesgos que afrontar y oportunidades del mercado que aprovechar, por lo que se convierte en un proceso anhelado y al mismo tiempo padecido.

Otra aproximación desde la tradición foucaultiana es la que ofrecen Laval y Dardot (2013). Estos autores parten de la base de que entender al neoliberalismo solo como una ideología o una economía política pierde de vista el hecho de este es, esencialmente, una racionalidad que aspira a organizar la acción de los gobernantes y las conductas de los gobernados, una racionalidad que se sustenta en la competencia como norma de conducta y la empresa como modelo de subjetivación. Este último punto –la producción de subjetividad– resulta de vital importancia dado que, como los autores destacan, ningún dispositivo posee un fundamento en el ser, lo que equivale a decir que todo dispositivo está destinado a producir una determinada subjetividad para poder sostenerse, y, siendo el neoliberalismo el dispositivo dominante en la actualidad, la clave para su interpretación radica en los mecanismos de producción de subjetividades.

Es por ello que los autores se detienen en primer lugar en la particular concepción del mercado bajo el neoliberalismo. En términos gruesos, dicha particularidad radica en que el neoliberalismo se aleja de la concepción neoclásica del mercado, entendido como aquel espacio natural donde individuos concurren a intercambiar algo que poseen previamente, y pasa a ser concebido como un proceso de descubrimiento y aprendizaje que modifica constantemente a los sujetos, lo que le atribuye al mercado una capacidad autocreadora. O, como señalan sintéticamente los autores: “El proceso de mercado construye su propio sujeto” (Laval y Dardot, 2013: 140). Este sujeto que descubre oportunidades y aprende a leer al mercado es el emprendedor, cuya principal característica es su habilidad para estar alerta, para descubrir antes que otros lo que el mercado entrega.

Pero allí no se agota el análisis de Laval y Dardot. Una de las particularidades de su trabajo es que intentan articular un análisis foucaultiano de los mecanismos de gobierno y la categoría lacaniana de goce, lo que los lleva a hablar de un dispositivo de rendimiento/goce en el cual estarían atrapados los sujetos neoliberales. Para comprender esto es preciso identificar al mercado no solo como espacio de distribución de la información, sino también de riesgos. Es el riesgo de cada elección, de cada oportunidad

aprovechada o desaprovechada, lo que define al sujeto bajo el neoliberalismo, un riesgo del cual es siempre responsable. Esto implica que la racionalidad neoliberal empuja al yo a actuar sobre sí y desenvolverse en el mercado con un ímpetu excesivo, siempre apuntando a superar las capacidades existentes, dado que “la gestión neoliberal de sí mismo consiste en fabricarse un yo capaz, que se exige cada vez más y cuya autoestima crece, paradójicamente, con la insatisfacción que puede experimentar por los logros ya obtenidos” (Laval y Dardot, 2013: 349). Y es allí donde se expresa con mayor claridad la particularidad del dispositivo rendimiento/goce: bajo el neoliberalismo al sujeto se le exige que rinda cada vez más, que supere constantemente sus límites, bajo la promesa de que, haciendo esto, obtendrá un goce cada vez mayor, lo que lo conecta con un plus-de-goce que se ha convertido en la norma. Esto es lo que permite a Laval y Dardot (2013) hablar una ultra-subjetivación bajo el neoliberalismo, ya que el sujeto está expuesto a mecanismos que le exigen un cuerpo que siempre pueda ir más allá de las posibilidades actuales de producción y placer, lo que la convierte en una subjetivación a través del exceso de sí mismo y su superación indefinida.

No hay duda de que estas aproximaciones a la subjetividad neoliberal son un valioso aporte para una comprensión más acabada del fenómeno. Sin embargo, no están exentas de crítica. La más relevante para nuestros propósitos es la levantada por Sam Binkley (2011) y que es extensible al campo foucaultiano en general: el análisis del neoliberalismo desde categorías como gubernamentalidad o dispositivo obtienen un gran rendimiento a la hora de identificar los mecanismos de producción de subjetividad pero tienden a oscurecer las formas en que éstos son aceptados y reproducidos por parte de los propios sujetos. La de Binkley, por tanto, es una advertencia similar a la expuesta aquí anteriormente: una cosa es demostrar que existen diversos tipos de neoliberalismo y, como corolario, distintas formas de producir sujetos neoliberales, pero ello nada nos dice respecto a cómo se produce el compromiso o agarre subjetivo de los dispositivos. Si se ha avanzado en mostrar la heterogeneidad y plasticidad del neoliberalismo a nivel institucional y subjetivo, no podemos simplemente concluir que su poder es tal que cae sobre los sujetos de forma mecánica.

Volvamos a los análisis de la subjetividad neoliberal para ejemplificar lo anterior. Para Bröckling (2015) el dispositivo del *self* emprendedor aspira a ser un mecanismo totalizador, donde ningún aspecto de la vida queda fuera del mercado y la gestión empresarial. A pesar de ello, el autor identifica con agudeza el problema central del dispositivo: mientras por un lado se fomenta que todos pueden ser emprendedores si se lo proponen, nunca se puede ser un emprendedor de una vez y para siempre, dado que es una tarea en perpetuo devenir, nunca realizable por completo. En este sentido, hacia el final de su estudio Bröckling sostiene que, como nada parece quedar fuera del campo de acción del emprendimiento, es preciso medirse dentro de su propia inmanencia y exponer sus fuentes de energía. Ello se traduce en la necesidad de “visibilizar las excesivas exigencias que estos regímenes de subjetivación demandan al individuo” (Bröckling, 2015: 294), lo que permitiría echar luz sobre el fracaso de sus promesas. De esta forma, para el autor, el hecho de que el emprendimiento sea una tarea nunca posible de realizar en plenitud –lo que hace del emprendedor un sujeto exhausto– constituiría una de las principales brechas para romper con el poder de dicho dispositivo.

Ahora bien, creemos que este tipo de conclusiones son una muestra de los límites del enfoque gubernamental aplicado al emprendimiento, dado que se asume de forma excesivamente simplista que las contradicciones o imposibilidades del mandato del dispositivo son siempre un elemento negativo. Da la impresión que Bröckling apela en sus conclusiones a un sujeto racional al que solo le hace falta información adecuada para romper el poder de dominación del dispositivo neoliberal. Lo que no considera este autor, como mostraremos en la siguiente sección, es el rol que juega el deseo en todo proceso de identificación, lo que complejiza enormemente la concepción del sujeto en la medida que, como nos enseña el psicoanálisis, el deseo es siempre deseo de sostener el propio deseo, no de satisfacerlo (Nasio, 1998), por lo que es posible pensar que la incompletitud inherente al *self* emprendedor es más bien una dimensión de su efectividad antes que un punto de fuga para su subversión.

Es por ello que consideramos necesario dar cuenta de otras aproximaciones al estudio de los mecanismos de producción de subjetividades que permitan aprehender efectivamente la manera en que el neoliberalismo se materializa y reproduce en la

cotidianeidad *a pesar de no tener una existencia necesaria*. Esto se debe a que, tal como lo han sostenido Walkerdine y Bansel (2010: 505): “Si simplemente miramos la gubernamentalidad, perdemos esta complejidad y los caminos que los conceptos, prácticas y discursos viajan. Perdemos las relacionalidades complejas en las que se reciben y llevan a cabo los cambios neoliberales”. En esta investigación sostenemos que una aproximación que se abre a dicha complejidad es la que nos entrega el posfundacionalismo.

3.2.- El enfoque posfundacional: discurso y afecto

El posfundacionalismo es un tipo de teorización de lo social que parte de las premisas ontológicas del posestructuralismo. Si seguimos a David Howarth (2013), podemos decir que el posestructuralismo se articula como una crítica al esencialismo, la fijación del sentido y la centralidad concedida al sujeto como fuente privilegiada de acceso a la verdad; ante lo cual postula la inmanencia radical –vale decir, que no existe ningún tipo de exterioridad sustancial que otorgue fundamento al mundo–, la centralidad de las prácticas sociales en la construcción del sentido, y la precariedad de todo orden social y sus objetos. De esta forma, el posestructuralismo pone en el centro la contingencia que atraviesa a toda representación y a toda identidad, destacando que estas dependen siempre de procesos de estabilización que están marcados por la exclusión y la negatividad.

Si bien el posfundacionalismo puede situarse en la trayectoria o la tradición del posestructuralismo, no se limita a una crítica de la construcción del sentido, sino que pretende elaborar categorías que permitan comprender e investigar lo social *asumiendo que no existe sustancia o referente último al que se pueda acceder*. Esto implica que el posfundacionalismo no debe confundirse con aquellos enfoques antifundacionales, o ciertas variantes del posmodernismo, que asumen lisa y llanamente que no existe fundamento de lo social, sino que se trata más bien de debilitar su estatuto ontológico, vale decir, el punto es que existen fundamentos de lo social, pero nunca un fundamento último (Marchart, 2009).

Es por lo anterior que dentro del posfundacionalismo adquiere una relevancia capital la categoría de discurso. Aceptar la premisa de que lo social nunca puede ser un sistema clausurado donde cada elemento tenga un sentido establecido implica dos cosas: por un lado, se asume que no es por razones empíricas que el sistema no puede clausurarse

—vale decir, que carece de un fundamento último—, sino que la falta en lo social es ontológica, lo que hace de lo social un campo sobredeterminado de significados y plagado de sustituciones (Marchart, 2009). Por otro lado, para que exista algún sentido de lo social dicha sobredeterminación y sustitución debe ser contenida, ya que de lo contrario nos encontraríamos ante un mundo absolutamente carente de coherencia, por lo que algo dentro de lo social debe funcionar como barrera al deslizamiento del sentido y permitir su estabilización temporal. Dicha barrera, para el posfundacionalismo, es el discurso (Marttila, 2015; Howarth, 2013; Glynos y Howarth, 2007).

Para este enfoque, el discurso se constituye en aquel mecanismo que permite dotar parcialmente de sentido a lo social al funcionar como superficie de inscripción de elementos que no poseen una vinculación orgánica o natural entre sí, pero cuya vinculación permite detener el desplazamiento del campo de la discursividad y estabilizar el sentido de las cosas (Laclau y Mouffe, 2011). Se puede apreciar que, en esta definición, el discurso funciona como una frontera que permite establecer un espacio donde se fija el sentido de las cosas, un sentido que no responde a algún fundamento extra-discursivo sino que emerge a través de un proceso autorreferencial (Marttila, 2015), vale decir, es gracias a las propias relaciones entre los elementos al interior del discurso que surge el sentido, por lo que este solo existe en la medida que el discurso se mantiene operativo y puede modificarse si se relaciona a otro espacio discursivo. Es precisamente esto lo que le permite al posfundacionalismo postular la inexistencia de significados inherentes a los objetos en lo social, ya que éstos siempre son dependientes de las relaciones que producen al interior del discurso.

Ahora bien, lo decisivo para que un discurso pueda estabilizar un determinado sentido de lo social —o, lo que es lo mismo, que pueda volverse hegemónico— es preciso que logre una adhesión subjetiva de sus principios y ellos informen las prácticas cotidianas del sujeto. En este punto arribamos a la pregunta acerca de cómo un discurso, siendo inherentemente contingente y carente de fundamento, puede hacer que el sujeto se reconozca en el sentido que articula y no lo haga en otro, siendo que ninguno tiene una primacía ontológica. Aquí es donde se hace presente el afecto. Tal como destaca Laclau (2008), todo discurso está compuesto por dimensiones lingüísticas y afectivas, a pesar de

que ambas no puedan separarse más que analíticamente. En rigor, para este autor no hay proceso de significación que no implique afecto debido a que, ante la inexistencia de un referente externo que permita establecer una relación uno a uno entre significante y significado, el único anclaje para la producción del sentido es el investimento libidinal o afectivo de algún significante. En palabras del propio Laclau (2008: 402),

“... lo que la retórica puede explicar es la *forma* que adquiere el investimento sobredeterminante, pero no la *fuerza* que explica el investimento como tal y su perdurabilidad. Aquí debemos traer algo más a escena. Toda sobredeterminación requiere no sólo condensaciones metafóricas sino también investimentos catécticos. Es decir que algo que pertenece al orden del *afecto* tiene un rol primario en la construcción discursiva de lo social”.

Forma y fuerza, por tanto, son las dimensiones de todo discurso. Sin embargo, es preciso explicitar algunos elementos de esta segunda dimensión, ya que si el sostenimiento y reproducción de los sentidos articulados por un discurso dependen de que el sujeto se identifique con ellos, la dimensión afectiva guarda relación con la propia constitución del sujeto, por lo que es preciso buscar en ella la respuesta al afecto.

El primer punto a considerar es que la concepción de sujeto del posfundacionalismo no es equivalente a la idea de posiciones de sujeto dentro de un discurso –como usualmente se comprende en la tradición foucaultiana– sino que corresponde “a un *espacio radical* en el orden social que es él mismo constitutivamente incompleto y dividido” (Howarth, 2013: 246). Por lo tanto, nos encontramos en un escenario donde la falta de fundamento determina tanto a lo social como a la propia subjetividad, por lo que debemos concluir que si lo social no se agota en los sentidos particulares que pueda articular un discurso determinado, del mismo modo ninguna subjetivación particular puede agotar las posibilidades del sujeto, dado que en ambos casos lo que tenemos es un proceso de llenado parcial de la falta estructural.

Esta forma de pensar al sujeto como algo distinto de la posición o el *self* es deudora del psicoanálisis. En términos simples, el sujeto se postula como un espacio de falta debido a que se encuentra desde siempre inmerso en el lenguaje, lo que le impide satisfacer sus necesidades en tanto que ellas deben procesarse simbólicamente y, como vimos, lo

simbólico es un campo donde predomina la sobredeterminación, donde es imposible establecer un único sentido de las cosas. Así, el lenguaje adquiere una cualidad de corte o separación –de castración dirá el psicoanálisis– que implica que la necesidad se pierda irreversiblemente bajo la forma de una demanda simbólica, dado que,

“... la demanda, por ser palabra, jamás logra designar exactamente el objeto anhelado [...]. En suma, decir que la demanda es un *corte significante* equivale a decir que no alcanza su objeto, que transforma el objeto real al cual apunta en una abstracción mental, en una imagen alucinada” (Nasio, 1998: 126-7).

Y allí radica la tragedia última del sujeto: dado que no tiene más remedio que ingresar al sistema simbólico que lo precede y lo sucederá, está inherentemente incapacitado de satisfacer sus necesidades, de alcanzar el presunto estado de plenitud previo a la marca del lenguaje, un estado de goce o *jouissance* presimbólico. Por lo tanto, será dentro del propio sistema simbólico que el sujeto intentará constantemente llenar su falta de plenitud a través de procesos de identificación siempre fallidos, para lo cual es de vital importancia destacar que de la brecha que se produce entre la necesidad y la demanda emerge el deseo, aquella “imagen alucinada” del objeto real (Nasio, 1998). Esto es fundamental ya que, como han destacado Dipaola y Lutereau (2017), la forma que tiene el sujeto de responder a su falta constitutiva es la de realizarse como deseo.

En este punto es donde comienza a vislumbrarse la relación entre afecto y deseo. Podemos decir que la producción de sentido que genera cualquier discurso depende siempre de su capacidad interpelativa, lo que significa que debe poner en juego un resorte libidinal que capture el deseo del sujeto y garantice el apego hacia el discurso o, dicho en otros términos, debe construir objetos de deseo que mantengan al sujeto suturado al sentido articulado por un determinado discurso. Aquí es relevante destacar tres aspectos del deseo: en primer lugar, lo que caracteriza al deseo es la labilidad del objeto sobre el que se posa, debido a que no existe una relación natural entre deseo y objeto (Masotta, 2006); en segundo lugar, el deseo es constitutivo del sujeto pero posee un aspecto intolerable debido a que lo remite siempre a su incompletitud, razón por la cual se mantiene a nivel inconsciente y se sostiene gracias a las satisfacciones parciales que obtiene dentro de su permanente búsqueda de una satisfacción absoluta nunca realizable (Nasio, 1998); y, en tercer lugar,

dado lo anterior, el deseo siempre se construye y articula dentro fantasías o narrativas que prometen su satisfacción definitiva, así como también los motivos que impiden dicha satisfacción (Žižek, 1992). Como destaca Žižek (1992: 6),

“El punto fundamental del psicoanálisis es que el deseo no es algo dado de antemano, sino algo que necesita ser construido –y el rol de la fantasía es precisamente dar las coordenadas del deseo del sujeto, el especificar su objeto, el localizar la posición que el sujeto asume en ella. Es solo a través de la fantasía que el sujeto se constituye como deseante: *a través de la fantasía aprendemos cómo desear*”.

Por lo tanto, y para decirlo de forma sintética: el afecto es *la capacidad/necesidad que tiene el discurso de producir narrativas que movilizan el deseo inconsciente de los sujetos*, lo que le permite afianzar su hegemonía a pesar de –o incluso, debido a– su falla inherente. El discurso adquiere la fuerza para reproducirse en esta construcción de marcos fantasmáticos que le permiten al sujeto obtener pequeñas dosis de satisfacción de sus deseos y sostener así el sentido de lo social a pesar de su falta de fundamento último. Como lo destaca Howarth (2013), la función de la fantasía es direccionar la energía de las prácticas hacia objetos que son deseables y rechazar aquellos que no lo son. Por tanto, es debido a que no existe ningún fundamento que permita estabilizar el sentido que emerge el afecto o, como lo sostienen Biglieri y Perelló (2012: 74), “si hay un vínculo afectivo, si existe un lazo, es porque la relación es imposible”. El afecto es la respuesta a la naturaleza contingente de todo discurso y a la naturaleza sobredeterminada del campo social.

Estas características que hemos destacado del pensamiento posfundacional nos entregan una serie de herramientas analíticas para el estudio del neoliberalismo. En efecto, si como destacamos en el apartado anterior el neoliberalismo se caracteriza por el establecimiento de una normatividad donde la competencia adquiere el estatuto de valor social y la gestión empresarial el modelo de acción acorde a ella, es preciso indagar en aquellas narrativas fantasmáticas que el neoliberalismo pone en marcha para construir objetos de deseo que “capturan” al sujeto prometiéndole una plenitud por venir (Glynos, 2001). Cabe destacar, además, que esta centralidad otorgada al deseo en el análisis del neoliberalismo puede encontrarse también en otros enfoques contemporáneos.

Es el caso de Frédéric Lordon (2015), quien desde la tradición spinozista recurre a las categorías de conatus y afecto para proponer una interpretación sobre la capacidad de movilización de los cuerpos bajo el neoliberalismo que, en su visión, se explica por la ingeniería afectiva que le subyace y que le permite poner en marcha afectos alegres sobre el proceso mismo de trabajo, lo que lo vuelve un objeto de deseo que garantiza el compromiso del sujeto. Earl Gammon (2012), mucho más cercano al posfundacionalismo, ha sostenido que el neoliberalismo debe entenderse principalmente como un mecanismo de regulación afectiva que permite sostener los ideales de la igualdad y la meritocracia a pesar de la profundización de las desigualdades socioeconómicas, debido a que permite sublimar deseos inconscientes de superioridad a nivel subjetivo.

Como se puede apreciar, las herramientas analíticas del enfoque posfundacional nos permiten adentrarnos en aquellos rincones que los estudios de la gubernamentalidad mantienen oscuros respecto a cómo el neoliberalismo logra adhesión a nivel subjetivo. Si volvemos al análisis del emprendedor como forma de subjetivación hegemónica bajo el neoliberalismo, nos encontraremos con que sus puntos ciegos y aspectos excesivos no constituyen tanto una falla sino más bien un elemento que, paradójicamente, se erige como su principal atractivo. En efecto, tal como han mostrado las investigaciones de Jones y Spicer (2005; 2009), el hecho de que no pueda lograrse una definición exhaustiva del emprendedor no constituye un peligro para eficacia de su mandato dado que, en rigor, el emprendimiento depende de nunca lograr su objetivo, en tanto que es un significante vacío cuya función estructural es sostener el deseo del sujeto. Así, el discurso del emprendimiento,

“Ofrece una estructura narrativa de la fantasía que coordina el deseo. Apunta hacia un objeto inalcanzable y vagamente especificado, y dirige el deseo hacia dicho objeto. Y aquí la fórmula lacaniana ‘el deseo del deseo es el deseo en sí mismo’ es particularmente útil. No es en ‘ser’ emprendedor que uno encuentra seguridad, sino en la brecha entre el sujeto y el objeto de deseo. No solo no importa que el objeto sea inalcanzable, sino que esta falta es central para mantener el deseo” (Jones y Spicer, 2009: 38).

Por tanto, es preciso tener en cuenta en todo análisis de los mecanismos de agarre subjetivo del discurso que la realización del deseo no consiste en ser plenamente satisfecho, sino más

bien en la reproducción de su movimiento metonímico (Žižek, 1992), lo que el emprendimiento y el discurso neoliberal en general explotan de manera eficaz. Como nos recuerdan Glynos y Stavrakakis (2008) es la pérdida de goce o *jouissance* producida por la castración simbólica lo que permite la aparición del deseo, el cual es estructurado por el fantasma que estimula la interminable búsqueda de esta *jouissance* perdida/imposible. Es el sostenimiento de esa interminable búsqueda lo que no debe pasarse por alto en el análisis del neoliberalismo y sus formas de subjetivación como el emprendimiento.

3.3.- *El emprendimiento en Chile*

En el caso chileno se pueden rastrear las bases del discurso del emprendimiento en la instalación y profundización de la modernización neoliberal desplegada por la dictadura. En efecto, según Oscar Muñoz (2007), el abandono del desarrollismo y el Estado de compromiso –con sus protecciones y regulaciones del mercado nacional– permitió la revitalización de capacidades latentes en la sociedad chilena, entre ellas la capacidad de emprender actividades productivas sobre la base de la imaginación y el esfuerzo. El retorno de la economía de mercado, por tanto, trajo consigo una ruptura con la cultura dependiente y clientelar preexistente, lo que habría permitido recuperar un espíritu de creatividad personal en materia de actividades independientes y autosustentables. Si bien es cierto que la economía de mercado fue impuesta en Chile bajo dictadura, con la fractura social que ello implica, el autor reconoce que existe una cara más bien positiva relacionada al reconocimiento cultural del esfuerzo y la iniciativa individual, lo que permitió la movilización de capacidades para el éxito de micro y pequeños empresarios. Así, “el neoliberalismo ha contribuido a un cambio cultural, aparte de los cambios económicos y políticos, reivindicando la responsabilidad individual, el espíritu de iniciativa, la capacidad emprendedora y la racionalidad económica en la toma de decisiones” (Muñoz, 2007: 85).

Esta visión ha sido corroborada por otros análisis. Jorge Larraín (2014), por ejemplo, ha sostenido que el proyecto de la dictadura logró reorientar el proceso modernizador nacional pasando de un modelo europeo de Estado de bienestar e intervención económica por parte del Estado hacia un modelo de corte norteamericano, con énfasis en la autonomía individual, una economía desregulada y menor intervención estatal. Así, el período que Larraín denomina como “modernidad neoliberal” (1990-2012) continúa

con una modernización económica acelerada y, en paralelo, comienza a consolidar un discurso identitario de carácter empresarial, el que posee cuatro elementos centrales: a) se identifica a Chile como un país emprendedor, exitoso y donde el consumo adquiere una relevancia significativa; b) se concibe al país como distinto al resto de América Latina, alejado del Tercer Mundo y más cercano a Europa, donde las cosas se hacen bien; c) una visión voluntarista del anhelo de alcanzar el estatuto de país desarrollado, el que se reduce sustancialmente al ingreso per cápita; y d) Chile se erige como modelo para el resto de los países de la región, principalmente por la valoración positiva de parte de organismos internacionales del manejo económico interno. De esta forma, Larraín (2014) sostiene que desde el retorno a la democracia se ha extendido un discurso que no solo pone en el centro a la economía, sino que también a la figura del empresario como agente privilegiado para alcanzar el desarrollo del país y convertir a Chile en una nación ganadora.

Es interesante notar que, a pesar de este tipo de diagnósticos, no existió una preocupación efectiva del emprendimiento como actividad económica hasta mediados de la década del 2000. En efecto, hasta dicho período lo que se aprecia es una consolidación de la imagen del gran empresario como garante del desarrollo nacional y una suavización del antagonismo capital/trabajo en su sentido más tradicional. Como destaca Muñoz (2007), dentro de la tríada gobernabilidad-mercado-equidad, que funcionaba como eje de los gobiernos de la Concertación, durante la década de los 90 el énfasis estuvo puesto en el control de los enfrentamientos entre empresarios y trabajadores, dado que la construcción de un imaginario donde ambos formarían parte de un interés común –alcanzar el desarrollo– era prioritaria para la gobernabilidad de la transición. Esto queda de manifiesto cuando se revisa el Programa de Gobierno de Ricardo Lagos (1999), donde no existe ninguna alusión al emprendimiento y el foco del crecimiento económico está centrado en la relación entre los “actores del desarrollo” tradicionales: trabajadores y empresas.

Esta ausencia de preocupación gubernamental por el emprendimiento es suplida en el siguiente gobierno de la Concertación. En su Programa de Gobierno, Michelle Bachelet (2005: 35) señala explícitamente que: “La creatividad de las personas, el emprendimiento y la inversión son motores claves del crecimiento y el desarrollo”, lo que se materializa con la creación del Programa Más Emprendimiento para Chile. Esta promoción por parte del

primer gobierno de Bachelet es reconocido por investigadores (Muñoz, 2007) que destacan la necesidad de un apoyo institucional para dicha actividad, sobre todo porque el mercado nacional se encuentra dominado fundamentalmente por grandes empresas, ya sea nacionales o transnacionales. Las mayores debilidades que enfrentan los emprendedores en este período radican en las dificultades para acceder al mercado financiero, las trabas culturales para pasar de empresas familiares de subsistencia con mecanismos convencionales de funcionamiento a empresas innovadoras y la dificultad para aprovechar las oportunidades del mercado debido a las ventajas con que cuentan las grandes empresas (Muñoz, 2007).

Podemos identificar a lo menos dos fenómenos que permiten entender este interés del Estado por promover el emprendimiento. Por una parte, en la década del 2000 se comienza a señalar que fenómenos como la ampliación de la energía no-humana en el proceso productivo global y la ampliación de la capacidad de procesamiento de la información estarían redefiniendo la relación entre modernidad, modernización y desarrollo, tanto en países desarrollados como en vías de desarrollo (Atria, 2004), lo que implica una transformación de la concepción clásica del trabajo y la producción. Por otra parte, está el auge de las economías creativas que, para algunos autores (Schlesinger, 2017), se constituye en una suerte de “ortodoxia global” que redefine los criterios del crecimiento y la competencia, relevando las particularidades de las economías internas y las capacidades para introducir innovación en el proceso productivo.

En lo que concierne al emprendimiento, podemos decir que es en este período que se configura aquello que Nikolas Rose (1999) denomina “Estado habilitador” [*enabling state*] que, a diferencia del “Estado social”, no debe erigirse como aquella instancia política que posee todas las respuestas a las demandas que surgen desde la sociedad, como la seguridad, el orden, la salud o la productividad, sino que se dedica a generar las condiciones necesarias para que los individuos, las empresas, las organizaciones civiles y de diversa índole, se asuman a sí mismas como responsables por su propio bienestar. Ahora bien, esto no debe interpretarse como un abstencionismo político en materia económica sino que, por el contrario, implica una política “activadora” o “habilitadora” en la medida que los sujetos gobernados son concebidos como individuos activos que están

constantemente realizando elecciones según sus intereses, por lo que el rol del Estado está centrado en el empoderamiento de los sujetos para un mejor autogobierno. El sujeto activo de este tipo de gubernamentalidad es el emprendedor que se encuentra siempre lanzado en la búsqueda de su autorrealización, razón por la cual la política “debe intervenir activamente con la finalidad de generar las condiciones organizacionales y subjetivas para el emprendimiento” (Rose, 1999: 144).

Desde mediados de la década del 2000, por tanto, podemos decir que se comienza a consolidar una “visión utópica” (Verduijn et al., 2014) del emprendimiento en Chile, vale decir, se articula un discurso que entiende a éste como una herramienta privilegiada para solucionar buena parte de los problemas sociales y, a la vez, como mecanismo para la emancipación individual. No por nada distintos investigadores han destacado la relevancia que posee actualmente el emprendimiento como justificación del capitalismo nacional (Mayol y Ahumada, 2015; Ruiz y Boccardo, 2015; Undurraga, 2014). Tal como lo ha planteado Tomás Undurraga (2014: 249):

“... las justificaciones del capitalismo chileno han permeado varias esferas fuera del campo económico. El crecimiento, la reducción de la pobreza y la promesa del ascenso social han sido las principales justificaciones del libre mercado desde los años 80. Los discursos del emprendimiento, la innovación y la responsabilidad social empresarial han complementado estas promesas desde los 2000. Una retórica del nuevo *management* ha impulsado las ideas de mercado, las estrategias individuales y la iniciativa privada. Estos criterios no sólo han penetrado en la forma en que se regulan los mercados, sino también en el modo en que se discute la educación, el trabajo, la naturaleza y el gobierno”.

A raíz de este auge del emprendimiento han surgido análisis que ponen el acento en cómo este discurso se constituye en un mecanismo de legitimación de la desigualdad en nuestro país. Rodrigo Ruiz (2010), por ejemplo, sostiene que el emprendimiento constituye una estrategia de reproducción del capital y de dominio de clase, esto en la medida que funciona como una ideología –en su sentido tradicional– que produce una ilusión de igualdad social y emancipación del individuo. Lo que se ocultaría bajo la ideología del emprendimiento sería, para Ruiz, el hecho de que el emprendedor sigue siendo un proletario pero que ahora se piensa a sí mismo como empresario, lo que lo lleva a soportar

los riesgos de dicha actividad, la intensificación de su trabajo, el endeudamiento y la dependencia de empresas de mayor tamaño.

Desde una perspectiva relativamente similar, Ruiz y Boccardo (2015) han señalado que el emprendimiento, tal como lo concibe y promueve el discurso oficial, carece de sustento material y está más cerca de ser un mito o un “ideologismo”. Esto se debe, entre otros factores, a la concentración oligopólica del mercado nacional y al carácter rentista del empresariado local, lo que deja poco espacio para el emprendimiento, constituyéndose más bien en un mecanismo de explotación que permite traspasar el riesgo de las pérdidas desde las empresas a los individuos, así como también justificar mecanismos de regulación y fomento de la responsabilidad individual. Otros autores (Mayol y Ahumada, 2015; Undurraga, 2014) coinciden en el escaso sustento material del emprendimiento y su capacidad legitimadora de las desigualdades.

Ahora bien, a pesar de que los argumentos esgrimidos por los autores revisados parecen difíciles de rebatir, es necesario preguntarse cómo, dada la evidencia de que el emprendimiento es un mecanismo de legitimación de la desigualdad que carece de bases materiales, puede a pesar de todo ser un discurso que logra tal efectividad. Podemos decir que, en este sentido, uno de los déficits de la sociología nacional es la escasa atención que presta a los mecanismos de subjetivación que discursos como el del emprendimiento producen. Lo que tiende a prevalecer es una visión relativamente mecánica donde, si el emprendimiento es el discurso de legitimación del neoliberalismo nacional, este produce necesariamente sujetos emprendedores. Lo que se deja sin explicación, sin embargo, es cómo ello es posible *considerando las evidentes las fallas de dicho discurso*.

Dos investigaciones destacan por abordar este problema. Oriana Bernasconi (2015) pone en juego su visión acerca de cómo los individuos son hechos existir mediante prácticas socio-materiales concretas analizando el emprendimiento. En términos sintéticos, Bernasconi pone en evidencia que no existe *el* emprendedor sino que formas emprendedoras de “enactar” a los individuos que establecen entramados o circuitos diversos, donde podemos encontrar, por un lado, un circuito que se construye sobre la base del “proyecto” y que enfatiza lo dinámico y la capacidad de cambio. Aquí la clave está en la capacidad de iterabilidad del individuo emprendedor sobre la base de proyectos

innovadores, mentes abiertas, tenaces y resilientes. Pero, por otro lado, están los microemprendedores que son enactados desde un circuito financiero, donde lo relevante yace en la capacidad de pago de los préstamos con que se inician los negocios y donde el carácter innovador puede ser suspendido sin mayores consecuencias. Aquí lo central está en la capacidad de derrotar una cultura asistencialista que inhibe las potencialidades emprendedoras de los individuos y que posibilita la autosuperación. De esta manera, nos encontraríamos ante ontologías diferentes donde “el emprendimiento despliega una serie de prácticas particulares que demandan capacidades específicas para existir como emprendedor y delinear formas diferenciales de conducir personas” (Bernasconi, 2015: 222).

La segunda investigación es la de Osvaldo Blanco (2010), la cual se acerca bastante al enfoque de Jones y Spicer (2009) revisado en el apartado anterior. Lo que nos interesa destacar de su investigación es que al analizar los discursos de instituciones oferentes de créditos y de sujetos autoidentificados como emprendedores, queda en evidencia la carencia de un sentido inequívoco o estable del emprendimiento. En efecto, lo que descubre Blanco es que el emprendimiento funciona como un significante vacío cuya finalidad es la estabilización de una cadena significativa pero que, por sí mismo, carece totalmente de sentido. Ello se debe a que solo es posible abordar el emprendimiento a través de otros significantes, como el tener chispa para los negocios o el querer salir adelante. Lo central es que el discurso del emprendimiento presupone que los sujetos son siempre-ya emprendedores, lo que posibilita una eficacia bastante alta de su capacidad interpelativa. Blanco (2010: 279) sostiene que, precisamente, la efectividad de la interpelación radica “en el ‘goce’ mismo, irracional y sin significado del término emprendimiento”.

Lo anterior nos demuestra que es necesario centrar la atención en aquellos mecanismos que posibilitan el agarre subjetivo del discurso del emprendimiento en nuestra sociedad y, particularmente, en su capacidad de producir objetos de deseo que permiten sostener la interpelación más allá de las inevitables brechas en su sentido articulado.

CAPÍTULO 4

Estrategia metodológica

4.1.- *Enfoque metodológico*

Siguiendo el trabajo de Margaret Archer (2014), que postula la existencia de un vínculo tripartito entre ontología, metodología y teoría social, así como el de Aldo Mascareño (2008), que asume que toda teoría posee un fundamento operativo que se compone de supuestos ontológicos, supuestos epistemológicos y componentes metodológicos, esta investigación parte de la base de que las decisiones metodológicas que se toman deben estar alineadas con los presupuestos o axiomas ontológicos desde los cuales se concibe la realidad social, así como también con la teoría que permita interpretarla, razón por la cual se vuelve preciso explicitar esta relación. En este caso, el emprendimiento será entendido como una *práctica social* que deriva de un *régimen* que definimos como neoliberal. Si, como se explicará, un régimen es una formación discursiva, es necesario volver sobre la definición de discurso.

Posicionándonos desde el posfundacionalismo (Marchart, 2009; Glynos y Howarth, 2007) asumimos que existe un debilitamiento del estatuto ontológico de ciertas figuras metafísicas fundacionales –como la totalidad, la universalidad o la esencia – que supone la imposibilidad de establecer un fundamento último de lo social, pero que, al mismo tiempo, demanda la construcción política de fundamentos parciales. En este sentido, la falta de fundamento de lo social funge como una condición productiva: la imposibilidad de un orden definitivo moviliza incesantemente en pos de construcciones transitorias. Es en este contexto donde adquiere relevancia la noción de discurso. Entenderemos por discurso a una determinada superficie de inscripción de lo social que, mediante la articulación de una serie de elementos que no poseen una vinculación orgánica o natural entre sí, permite dotar de sentido a la sociedad (Laclau y Mouffe, 2011), vale decir, logra volver inteligible a lo social mediante la construcción de fundamentos parciales que estabilizan ciertos sentidos.

En base a lo anterior, y siguiendo la propuesta de Glynos y Howarth (2007), podemos utilizar el concepto de “régimen” para referirnos a aquella entidad discursiva que cumple la función estructurante en una realidad determinada, esto es, que por su hegemonía

dota de sentido a sus procesos. A su vez, nos referimos a “prácticas sociales” cuando un régimen logra estructurar de manera relativamente estable ciertas normas y acciones que reproducen una determinada organización de lo social; al tiempo que por “prácticas políticas” nos referimos a aquellas acciones que cuestionan el régimen existente y dejan entrever la contingencia que determina lo social. Así, mientras las prácticas sociales actúan desde y para el régimen, las prácticas políticas solo actúan desde el régimen. La falta de un fundamento último de lo social implica solo una determinación parcial de las prácticas, lo que evidencia que todo régimen es siempre una construcción política. De ahí que el análisis de un régimen o práctica esté dado por la articulación de tres unidades explicativas o “Lógicas”:

- **Lógica Social:** desde un punto de vista sincrónico, apunta a identificar las principales normas o reglas de una práctica o régimen determinado, permitiendo describir las características centrales asociadas al fenómeno.
- **Lógica Política:** desde un punto de vista diacrónico, apunta a generar una reconstrucción o genealogía de las condiciones que posibilitaron la emergencia de la práctica o régimen que se investiga. En este sentido, si la Lógica Social busca caracterizar una práctica o régimen mediante la identificación de sus componentes centrales, la Lógica Política indaga en el proceso de institución de la práctica o régimen.
- **Lógica Fantasmática:** sobre la base de que no existe fundamento último de lo social, la Lógica Fantasmática constituye la unidad explicativa a través de la cual se da cuenta de cómo un régimen o práctica, sin ser necesario, se vuelve estable y hegemónico. En este sentido, permite indagar en aquellos aspectos que van más allá de los significados articulados por un determinado discurso y que guardan relación con la captura o interpelación del sujeto mediante la canalización del deseo. Podemos decir que la Lógica Fantasmática constituye el suplemento necesario para recubrir las faltas simbólicas de todo régimen o práctica.

En la línea de lo señalado por Cottet (2014), respecto a que un diseño de investigación social debe construir un objeto de investigación que está compuesto por un sujeto que porta un determinado saber, en esta investigación el objeto es el discurso del emprendimiento y el

sujeto la Gerencia de Emprendimiento de la Corporación de Fomento de la Producción (Corfo), la cual posee un saber relacionado a la (re)producción de la práctica del emprendimiento. La decisión de hacer de la Gerencia de Emprendimiento de la Corfo el sujeto de nuestra investigación se sostiene en tres argumentos:

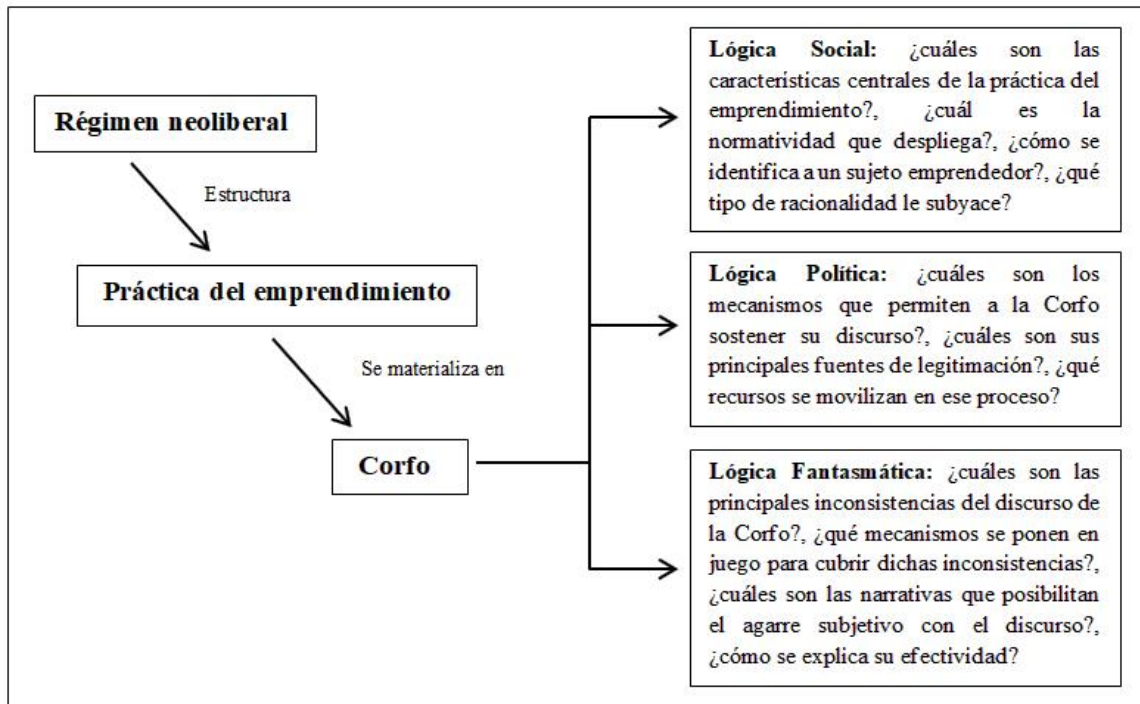
1) Debido a que la misión institucional de la Corfo señala explícitamente que su objetivo es lograr el desarrollo sostenible mediante el fomento de la inversión, la innovación y el emprendimiento, al tiempo que se pueden encontrar múltiples iniciativas institucionales para fomentar una “cultura del emprendimiento” en Chile;

2) Dado que uno de los aspectos positivos que más se destacan del “ecosistema” de emprendimiento chileno es la existencia de programas y políticas públicas pro-emprendimiento (particularmente el apoyo financiero), las que son comparables incluso a las de economías desarrolladas (Mandakovic, Abarca y Amorós, 2016); y

3) Debido a que, como ha destacado Nikolas Rose (1999), bajo el neoliberalismo el Estado tiende a transitar desde un Estado social a un Estado habilitador [*enabling state*], donde los individuos son asumidos como sujetos activos que deben tomar decisiones y el Estado como facilitador y potenciador de las capacidades emprendedoras de éstos.

Por lo tanto, posicionándonos desde el Análisis de Discurso Posfundacional (Marttila, 2015), en esta investigación se consideró que la posición que ocupa la Corfo dentro del ecosistema de emprendimiento nacional la convierte en un *locus* privilegiado para indagar en los mecanismos discursivos mediante los cuales la práctica del emprendimiento ha logrado volverse hegemónica en nuestro país. Estos mecanismos, como señalamos, fueron analizados a través de las Lógicas Social, Política y Fantasmática. Esquemáticamente, esto queda expresado en la Figura 1.

Figura 1
Esquema metodológico-conceptual



Fuente: elaboración propia a partir de Glynos y Howarth (2007).

4.2.- Técnica para la producción de información

A pesar de que el marco analítico que se adopta en esta investigación –las Lógicas– no se ciñe a determinadas técnicas de producción de información (Glynos y Howarth, 2007), sí resulta evidente que su utilidad se remite en buena medida al ámbito de la investigación cualitativa. En este sentido, y considerando elementos prácticos asociados a nuestro sujeto de estudio, se ha optado en esta investigación por el uso de la entrevista.

En primer lugar, y coincidiendo con ciertos autores que han recalcado que la distinción según el nivel de estructuración de la entrevista no es la más apropiada debido a que no existe algo así como una entrevista sin estructura (Brinkmann, 2014; Alonso, 1998), creemos de todas maneras que es posible hablar de un *continuum* desde un punto donde hay escasa o nula flexibilidad de la pauta de entrevista –que sería lo que se denomina usualmente como entrevista estructurada, cuyo ejemplo es el cuestionario–, hasta otro donde la flexibilidad es casi total –denominada usualmente como no-estructurada y cuyo ejemplo serían las historias de vida–, dentro del cual es factible identificar un tipo de entrevista que, sin estar necesariamente “al centro”, posee una flexibilidad o apertura mayor

que el cuestionario y menor que la historia de vida. Es en este sentido que preferimos utilizar el concepto de entrevista semiflexible o semiabierta antes que semiestructurada para referirnos a la técnica de producción de información empleada en esta investigación.

En segundo lugar, una de las principales justificaciones del uso de la entrevista semiabierta radica en que permite generar las condiciones para la investigación de la dimensión afectiva del discurso del emprendimiento. Como han destacado algunas investigadoras (Kenny y Gilmore, 2014; Lapping, 2011) el uso de categorías provenientes del psicoanálisis para la investigación social –en particular el afecto– es un proceso resistido en las ciencias sociales debido a que tiende a desbaratar las metodologías y aproximaciones tradicionales de la investigación, siendo una de las principales resistencias la capacidad efectiva de indagar en los aspectos inconscientes de los procesos de subjetivación. En este sentido, siendo el inconsciente una estructura de significantes que se produce en el espacio entre-dos y se actualiza por medio del habla (Nasio, 1998), la entrevista semiabierta constituye aquel mecanismo que más se acerca al escenario clínico en tanto que, si bien está guiada por los objetivos de la investigación, permite un cierto grado de asociación libre, lo que resulta fundamental para la emergencia del inconsciente (Kenny y Gilmore, 2014).

Además, es necesario destacar que esta priorización de las asociaciones simbólicas es lo que permite romper con la distinción entre las interpretaciones en el contexto clínico y las interpretaciones en contextos sociales (Lapping, 2011), dado que el inconsciente no es aquello que se esconde en lo más íntimo del sujeto, sino que es precisamente aquello que se exterioriza a través del lenguaje sin que el sujeto lo sepa. Siguiendo aquí a Žižek (2011), se asume que el encuentro con el inconsciente es el encuentro con la inconsistencia del discurso, con el hecho de que cuando el sujeto habla y elabora su razonamiento sobre las causas de algo, inevitablemente “emite señales de las que él mismo no tiene conciencia, de que realiza actos cuyo verdadero contenido libidinal le es inaccesible” (Žižek, 2011: 305). Esto nos entrega, además, la justificación de por qué entrevistar a gerentes de la Corfo para analizar el discurso del emprendimiento y no utilizar documentos institucionales u otra fuente, dado que la entrevista, al fundarse en el habla de los sujetos, nos abre camino para

el encuentro con la inconsistencia del discurso, posibilitando el acceso a ese contenido libidinal del discurso que, de otra manera, pasaría desapercibido.

En tercer lugar, cabe destacar que existen otros aspectos por los que nos es útil este tipo de entrevista. Como hemos señalado, esta investigación parte de la premisa de que es posible hablar de un régimen discursivo neoliberal que estructura parcial pero firmemente la práctica del emprendimiento y que esta práctica se materializa, entre otras instituciones, gracias a la Corfo. En este sentido, una forma tradicional de entender las instituciones es como aquellos “conjuntos relativamente permanentes de reglas y recursos que los hombres pueden tomar como punto de referencia de sus acciones” (Wagner, 1997), a lo que cabe agregar, como hace Tomas Marttila (2015), que este punto de referencia para las acciones está determinado discursivamente, lo que permite comprender la íntima relación entre discurso e institucionalidad: “la adhesión de los sujetos sociales a un discurso está soportada por roles de sujetos e instituciones que restringen las ‘posibilidades enunciativas’ de los sujetos sociales y, mediante ello, estabilizan el discurso” (Marttila, 2015: 134). De esta manera, consideramos que mediante el uso de la entrevista semiabierta fue posible aprehender el habla de los actores institucionales de la Corfo de forma tal de reconstruir las formas en que se articulan las reglas y recursos en conjuntos relativamente permanentes que posibilitan la constitución de un sujeto-emprendedor.

En cuarto lugar, en lo relativo a la constitución de la muestra de la investigación, hemos seguido lo propuesto por Cottet (2014) en cuanto a que lo decisivo en este tipo de investigación no radica en la cantidad de actores entrevistados sino que en el tipo de habla capturada, por lo que nos hemos decidido entrevistar a todos los sujetos que han liderado la Gerencia de Emprendimiento de la Corfo, desde su creación (2009) hasta la actualidad, bajo la premisa de que son ellos quienes están mejor posicionados dentro del ecosistema nacional para ocupar el lugar del Saber del emprendimiento en Chile. En este punto, cabe destacar que uno de los criterios usuales para determinar la suficiencia o insuficiencia de los datos recolectados es la saturación, criterio que ha sido descartado por algunos autores para el Análisis de Discurso Posfundacional debido a que si se parte de la premisa que lo social no posee un fundamento objetivo, resultaría inapropiado aspirar a alcanzar un punto donde ya no se pueda seguir encontrando nuevos sentidos, por lo que se propone un criterio

más bien pragmático respecto a las posibilidades empíricas (Marttila, 2015). Sin embargo, también se ha propuesto entender la saturación como un criterio práctico y no naturalista bajo la idea de que hay saturación cuando es posible generar unidades de información para dar cuenta de los objetivos de la investigación, sin que por ello se asuma que el fenómeno está agotado (Cottet, 2014). Es este criterio de saturación pragmática el que se siguió en esta investigación.

Finalmente, podemos destacar los siguientes aspectos del proceso de producción de información de nuestra investigación:

- a) La elaboración de la pauta de entrevista fue uno de los procesos más complejos. En una primera instancia, la intención fue elaborar una serie de preguntas que fuesen dando paso a una toma de posición del entrevistado respecto a algunos elementos contradictorios de la práctica del emprendimiento, considerándose incluso la incorporación de preguntas asociadas a presentaciones y/o entrevistas públicas de los Gerentes. Sin embargo, a través de discusiones al respecto, se decidió cambiar radicalmente la pauta.¹ Este cambio respondió a las premisas teóricas que informan esta investigación y que guardan relación con la capacidad de dar cuenta de las inconsistencias del discurso. Así, se privilegió una pauta de entrevista que, en vez de interpelar al entrevistado a tomar posición, lo inste simplemente a hablar, a asumir la posición del Saber del emprendimiento y, gracias a ello, permita el encuentro con el contenido libidinal inconsciente del habla. La pauta fue la misma para todos los entrevistados y contempló las siguientes preguntas:
 - Pregunta inicial: Quisiera comenzar de una forma bastante general y, en ese sentido, pedirte que me hables acerca de tu experiencia en la gerencia de emprendimiento, ¿qué significó para ti trabajar allí?
 - De emprendimiento se ha hablado mucho en el último tiempo en nuestro país, pero podríamos decir es que es un fenómeno de larga data en el mundo, ¿no lo crees así?

¹ Debo agradecer particularmente a Francisco Valenzuela y Cristóbal Moya por haberme señalado este punto.

- En el contexto de esta expansión del emprendimiento en Chile en los últimos años se ha vuelto difícil decir qué es un emprendimiento y qué no lo es, ¿cómo ves este asunto?
 - ¿Cuál es tu visión respecto al rol que ha jugado la Corfo en el posicionamiento del emprendimiento en Chile?
 - Considerando tu experiencia con emprendedoras y emprendedores vinculados a la Corfo, ¿cuáles dirías que son los principales factores que facilitan y dificultan el desarrollo del emprendimiento en Chile?
 - Constantemente se señala que es muy difícil ser emprendedor, que implica muchos riesgos e incertidumbres. Sin embargo, hay evidencia de que es mucha la gente que quiere emprender en nuestro país, ¿cómo ves este fenómeno?
 - Existe evidencia de diverso tipo que afirma que el emprendimiento es actualmente el camino que deben seguir los países para alcanzar el desarrollo en el siglo XXI. Ahora bien, siendo el emprendimiento una actividad hecha de personas, quisiera preguntarte, ¿cómo ves tú que el emprendimiento impacta en el desarrollo individual de las personas?
 - Quisiera concluir pidiéndote que te pongas en la posición de pensar el futuro, ¿cómo proyectas tú el desarrollo del emprendimiento en el mediano y largo plazo en nuestro país?
- b) El proceso de levantamiento de información cumplió los objetivos trazados inicialmente, esto es, se logró entrevistar a la totalidad de sujetos (5) que han ocupado el cargo de Gerente de Emprendimiento de la Corfo desde su constitución en 2009 a la fecha. Para conseguir las entrevistas se utilizó el método “bola de nieve”, gracias a la ayuda de un informante clave que me facilitó el contacto con un primer gerente. Uno de los cinco, sin embargo, se logró a través de un contacto directo mediante la página LinkedIn.
- c) Las entrevistas se realizaron cara a cara, a excepción de la de un ex gerente que actualmente reside en Washington, la que se realizó vía Skype. De las realizadas cara a cara, dos fueron en los actuales lugares de trabajo de los sujetos y otras dos en cafés de la comuna de Las Condes. La duración de las entrevistas oscilaron entre

los 46 y los 69 minutos, y, en promedio, duraron 53 minutos. El trabajo de campo se realizó entre los meses de Junio y Agosto de 2017.

- d) Por último, las entrevistas fueron grabadas en audio previo consentimiento de los entrevistados. Posteriormente, fueron transcritas íntegramente, obteniendo un total de 61 páginas. En las transcripciones se han omitido los nombres de los gerentes y se han reemplazado por los rótulos genéricos de “Gerente A”, “Gerente B”, y así sucesivamente. Se prefirió la utilización de letras en vez de números ya que se consideró que estos últimos podían generar en el lector la idea de que nos referimos al orden en que los sujetos ocuparon el cargo de gerente, lo que no es relevante para los objetivos de la investigación.

4.3.- Estrategia de análisis

Tomas Marttila (2015: 146) sostiene que el Análisis de Discurso Posfundacional “consiste en un enfoque sustentado teóricamente para la investigación empírica cuyo objetivo principal es dar visibilidad empírica a todas las partes de los discursos que constituyen y estructuran la vida social”. Esta definición amplia nos permite subrayar lo que quizás sea lo central de esta aproximación: *se trata menos de un análisis empírico centrado en los contenidos de significados que en las relaciones que permiten generar significado*. Dicho en otras palabras, no existe un sentido inherente e inmutable del emprendimiento, sino que su sentido estará dado por las relaciones que establezca con otros elementos la interior de una superficie discursiva, por lo tanto el objetivo del análisis es desentrañar las relaciones que permiten que el emprendimiento tenga el sentido actual.

En este punto, la estrategia de análisis estuvo sustentada en la premisa ontológica de la falta de un fundamento último de lo social, lo que implica que es desde la falta que se traza el análisis. Esto quiere decir que no se busca reconstruir la narración que permita sintetizar el emprendimiento en la Corfo, ya que se asume que tal narración unívoca es inexistente y, por lo tanto, el objetivo no es limitar la sobredeterminación de lo social –lo que es más bien una práctica de poder que una práctica de análisis–, sino que analizar los mecanismos de llenado de sentido, de obturación la falta (Marttila, 2015; Cederström y Spicer, 2014; Frosh, 2007; Glynos y Howarth, 2007; Parker, 2005). De esta forma, una de

las principales estrategias de análisis fue identificar, a través de las Lógicas, los siguientes componentes dentro del discurso de la Corfo:

- Puntos nodales: en la medida que un discurso es, por principio, un mecanismo para cubrir la falta de fundamento de lo social, todo discurso debe generar lugares de anclaje que permitan sostener el sentido de sus elementos. Estos lugares de anclaje son ciertos significantes que, mediante su reiteración en el discurso, brindan una imagen de plenitud y permiten atar el sentido de los elementos que articulan (Cederström y Spicer, 2014; Parker, 2005). Otros autores se han referido a los puntos nodales como aquellos significantes que logran representar la totalidad a través de la construcción de una identidad común que, sin embargo, se expresa como la esencia intrínseca de los elementos (Marttila, 2015). Lo central para el análisis radica en que, al ser contingentes, los puntos nodales no alcanzan su posición por ser los más ricos en sentido ni por ostentar una importancia mayor que el resto, sino que por su reiteración. Uno de los objetivos del análisis, por tanto, fue identificar cuáles son los puntos nodales que, mediante su reiteración, dotan de sentido al a práctica del emprendimiento en la Corfo.
- Antagonismo: resulta del todo evidente que un discurso no puede circular ni volverse hegemónico al menos que logre generar adhesión que se traduzca en la producción de subjetividad. Sin embargo, todo discurso debe generar también un trazado de fronteras que determine qué elementos quedan dentro del campo discursivo y qué elementos quedan fuera, lo que resulta fundamental en la medida que ello funge como un mecanismo de positivación de la falta en la estructura (Glynos y Howarth, 2007). Esto permite la construcción discursiva de agentes que impedirían alcanzar el estado de cosas ideales que presenta el discurso, transformando así la imposibilidad ontológica en una prohibición empírica (Marttila, 2015, Stavrakakis, 2010). La identificación de aquellos agentes o elementos que desde el discurso de la Corfo son construidos como impedimentos para el emprendimiento constituyeron, pues, un paso crucial en el análisis.
- Afecto: quizá la dimensión analítica más relevante del enfoque posfundacional sea precisamente la atención que presta al afecto como elemento de suturación en la dinámica del discurso. De forma sintética, diremos que ligado a la premisa de la

falta de fundamento está la idea de que el significado que logra cristalizar un determinado discurso está sostenido por una serie de elementos que son absurdos, que no tienen sentido [*nonsensical*] pero que, sin embargo, permiten organizar el significado (Parker, 2005). Ello se debe a que existe una imposibilidad ontológica para clausurar de forma definitiva el sentido de lo social, por lo que no resulta posible explicar la prevalencia de ciertos discursos por sobre otros si el análisis se limita exclusivamente a su forma, vale decir, al sentido que se apela estructurar. Como sostuvo Laclau (2008), en todo discurso se juega tanto una forma (simbólica) como una fuerza (afectiva) que guarda relación con el investimento libidinal sobre determinados significantes al interior del discurso. Esto se traduce en la necesidad que tiene todo discurso de construir objetos que logren capturar el deseo de los sujetos para así lograr su adhesión e identificación (Cederström y Spicer, 2014). Analíticamente, es posible identificar esta movilización afectiva del sujeto a través de aquellos elementos contradictorios o excesivos que se encuentran en el discurso de la Corfo y que antes que desbaratar su estructura permiten, por el contrario, volverlo atractivo.

La identificación de estos constructos del Análisis de Discurso Posfundacional, entre otros, permite reconstruir las Lógicas Social, Política y Fantasmática que posibilitan el análisis de toda práctica o régimen discursivo. Es por ello que la codificación del texto resultante de las entrevistas no apuntó, como se verá, a un análisis que alcance el (presunto) sentido último que yace tras él, sino que, asumiendo la sobredeterminación del campo social, entrega una interpretación sobre los mecanismos simbólicos y libidinales que hacen del emprendimiento una práctica discursiva hegemónica en nuestro país.

CAPÍTULO 5

Presentación de los resultados

“Actuar, eso es lo verdaderamente inteligente. Seré lo que quiera. Pero tengo que querer lo que sea. El éxito está en tener éxito, y no en tener condiciones para el éxito. Condiciones para palacio tiene cualquier terreno extenso, pero ¿dónde estará el palacio si no lo levantan allí?”

Fernando Pessoa, *Libro del desasosiego*.

“Hay que ser muy crédulo para despertarse una mañana diciendo: ‘Tengo una idea’. No, eso jamás pasa así, uno jamás tiene una idea. Nunca sucede así”

Gilles Deleuze, *En medio de Spinoza*.

“De este modo, el discurso capitalista excluye la castración como límite al goce, ya que el consumo implica un ‘empuje a gozar’, a expensas de todo ideal o regulación. En este sentido puede entenderse la referencia lacaniana del *seminario 17* en torno a la vergüenza: ya no vivimos en un mundo donde se pueda ‘morir de vergüenza’ –en la que el sujeto ofrece su división antes de que un ideal sea mancillado–, sino que nuestra época requiere vivencias fuertes, la única vergüenza sería la de tener una vida sin intensidades”

Esteban Dipaola y Luciano Lutereau, *Cuando el otro es Otro*.

En este capítulo se presentan los resultados del estudio según el orden de los objetivos específicos de la investigación y del marco teórico-epistemológico que la informa, vale decir, se comienza con una descripción de la normatividad que subyace al discurso del emprendimiento de la Corfo a través de la Lógica Social; luego se identifican los principales mecanismos que operan como soporte del “efecto de verdad” del discurso mediante la Lógica Política, así como también se exponen algunas de las fallas en su

sentido articulado; posteriormente se analizan los componentes afectivo-libidinales que le permiten al discurso generar el agarre subjetivo necesario en toda producción de significación, mediante el cual logra ocultar sus fallas simbólicas; y, finalmente, se presenta una articulación de las Lógicas descritas anteriormente para dar cuenta de los mecanismos a través de los cuales el discurso del emprendimiento de la Corfo logra su efectividad.

5.1.- Lógica Social

"Entonces de eso se trata, y yo creo que los emprendedores, estoy hablando de este nicho exclusivo del *innovador* que postula a Corfo, *anda con su solución* y anda como conectándola con las personas y anda en la prueba de conectar con las personas, cómo la conecto, y *en un momento era de una manera y después sencillamente se dieron cuenta que era de otra distinta*" (Gerente A).

Lo primero que se puede destacar de los datos generados es la dificultad para establecer una definición exhaustiva del emprendimiento y, por lo mismo, la existencia de una relativa ambigüedad en las definiciones de los gerentes. Guarda relación con esto el hecho de que todos los entrevistados coinciden con que el concepto se ha puesto "de moda" y se utiliza indiscriminadamente, hablando incluso de "una prostitución de la palabra" (Gerente C). Sin embargo, es posible reconstruir una cadena significativa que nos permita aprehender las principales características de esta actividad. En este sentido, se puede apreciar la particularidad del discurso del emprendimiento de la Corfo en el siguiente pasaje de la entrevista del Gerente B,

"En general se hablaba de emprendedor como alguien que tiene el espíritu de hacer algo nuevo, de emprender, de comenzar una nueva empresa, una nueva aventura; y emprendedor tecnológico, emprendedor dinámico, eran estas aventuras que son, además, destacadas, que tienen innovación adentro".

Se puede observar que existe un primer movimiento donde el emprendimiento es transformado en un equivalente de empresario (comenzar una nueva empresa), para luego distanciarse de éste gracias al significante "innovación". Es la innovación lo que permite establecer la diferencia entre una política pública para la pequeña y mediana empresa y una política de fomento al emprendimiento desde la Corfo, ello porque el objetivo no es solo la apertura de nuevas empresas, sino que también la velocidad de crecimiento de éstas. De ahí

que los entrevistados hablen de “emprendimiento dinámico” o “emprendimiento innovador” para describir a aquel sujeto que “encuentra una oportunidad de innovar y crecer rápido” (Gerente D).

Es preciso destacar que la velocidad se convierte en un elemento clave en el discurso de los gerentes. Ello se debe a que el emprendimiento innovador se vincula con la capacidad de impactar la estructura productiva de los países y, por tanto, se alza como un – podríamos decir *el*– mecanismo para alcanzar el desarrollo. En esta línea, el emprendimiento innovador permite crecer a una velocidad muy superior a la que podría aspirar una empresa tradicional, debido a que introduce al mercado algo inexistente hasta el momento, algo que, por no tener un sustituto, necesariamente escala y se expande. Esto implica a lo menos dos cosas a nivel normativo. De un lado, el emprendedor debe entrenar permanentemente su visión innovadora, debe pensar no solo en levantar una empresa sino que debe tener una curiosidad particular, una sensibilidad que le permita adelantarse y ver las oportunidades antes que otro, dado que la innovación “siempre está asociada a alguien que tiene hambre, a un emprendedor que tiene una visión y que desarrolla esa visión buscando satisfacer una necesidad” (Gerente A). Del otro lado, la velocidad se traduce en un imperativo pragmático donde el sujeto debe despojarse de toda restricción, o, lo que es lo mismo, el emprendedor *debe hacer* independientemente de lo que haga. Probablemente no exista mejor expresión de este imperativo que la referencia permanente a la cultura estadounidense en todos los entrevistados. Como señala el Gerente E,

“Y si uno ve, por ejemplo, en Estados Unidos, la gente de Estados Unidos es completamente centrada en la acción, centrada a la acción, o sea, se propone cuestiones y busca los mecanismos pa hacerla. Y tú teni miles de organizaciones de distintos tipos que hacen mil cuestiones distintas, o sea, y siempre hay gente haciendo cosas”.

Como se aprecia, el mandato con el que el discurso del emprendimiento de la Corfo interpela al sujeto es un hacer ininterrumpido, para lo cual debe desarrollar una destreza, una “capacidad ejecutiva” en permanente funcionamiento. Esto es precisamente lo que valora el Gerente C cuando afirma que: “a mí me gusta trabajar con gente que ha pasado por la experiencia del emprendimiento [...] [porque] son mejores pa resolver problemas, se dan muchas menos vueltas, son menos teóricos”. Ahora bien, pareciera que aquí hay una

tensión o contradicción en el discurso de los entrevistados ya que todos coinciden en el rol central que tiene la “solución” o “idea” del emprendedor a la hora de llevar adelante su empresa, lo que queda de manifiesto en el siguiente pasaje,

“Lo que pasa es que la definición [de emprendedor] es amplia, entonces tú decí: emprendedor es cualquier persona que sea capaz de poner en marcha una institución sustentable detrás de una *idea*, y esa *idea* puede ser social, puede ser una *idea* de gobierno, *puede ser cualquier cosa que se te ocurra en el fondo*. Si tienes una *idea* y eres capaz de ponerla en marcha y hacerla sustentable, eres un emprendedor y, según el tipo de *idea*, es el tipo de emprendedor que eres” (Gerente E).

Pero la contradicción es solo aparente. Esto queda de manifiesto en la cita cuando el gerente señala que la idea puede ser “cualquier cosa que se te ocurra”, lo que demuestra que esta no es lo relevante, sino que lo relevante es que el emprendedor efectivamente ponga en marcha lo que el gerente llama la “institución sustentable”, vale decir, que haga algo en nombre de la idea, cualquiera sea esta. Podemos decir, por lo tanto, que el discurso del emprendimiento que analizamos demanda que el sujeto desarrolle una visión que le permita proyectar potenciales oportunidades innovadoras, lo que se traduce en la elaboración de una idea-solución que deberá transformarse en el sustento de una empresa. Sin embargo, lo que debe retenerse de esta normatividad es que la idea es lo más lábil del proceso debido a que, en rigor, lo fundamental está en que *se haga algo con ella*. De esta forma, podríamos decir que si la idea es lo intercambiable, el hacer es lo impostergable.

Lo señalado hasta aquí nos permite adentrarnos en lo que hemos denominado la *lógica del desequilibrio* que opera a nivel normativo en el discurso del emprendimiento de la Corfo. La clave de esta lógica la entrega el Gerente D cuando señala que: “El tipo que está entrenado como emprendedor, y que generalmente tiene más éxito, sí ve el desafío, porque sabe que la solución va a cambiar, o sea, la va a tener que ir variando”. Se puede ver cómo el imperativo de la velocidad se extiende mucho más allá de lo que habíamos señalado anteriormente, dado que el emprendedor no solo debe ser veloz para encontrar la oportunidad y desarrollar su idea, sino que debe ser consciente de que su actividad no tiene descanso, que haber dado con la idea y haberla transformado en una empresa no es el punto final. Nos encontramos, pues, ante un mandato recursivo del discurso del emprendimiento,

donde ninguna idea es la definitiva, donde todo puede cambiar y, por lo mismo, donde el sujeto nunca puede estar inactivo.

Lo anterior se puede apreciar en los significantes que acompañan a las definiciones convencionales del emprendedor: así como es usual que se señale que son personas con hambre de hacer cosas nuevas, con visión, desarrolladores de ideas, etc., en paralelo siempre hay algún significante que apunta al exceso, a un plus en la acción que establece un desequilibrio: los emprendedores “están obsesionados con esa solución” (Gerente A), hacen “cosas por sobre lo normal” (Gerente B), son “gallos que están obsesionados con resolver un problema que a ti te afecta” (Gerente D). Se puede ver cómo el mandato del discurso apunta siempre a un exceso, establece un desequilibrio en el centro de la actividad. Otro gerente (E) establece una analogía de este exceso,

“Es curioso, [el emprendimiento] es como una moda. Es como todas las modas po, hay veces que hay modas, por ejemplo, antes se usaban los suecos, era la moda de los suecos, *pero los suecos son la cuestión más incómoda que hay hueón*, o sea mucho más, mejor usar las zapatillas Nike que andar con suecos, y la gente andaba con suecos porque era la moda, era como choro”.

Esta incomodidad no debe leerse como un rasgo menor o una simple curiosidad. Por el contrario, consideramos que el desequilibrio que impone este discurso emprendedor a los sujetos es una condición necesaria para sostenerse. En este punto nuestro análisis coincide con el de Laval y Dardot (2013), para quienes el emprendimiento, en tanto que expresión más acabada de la racionalidad neoliberal, apunta a la construcción de un yo marcado por el exceso sobre sí mismo y una superación constante de las capacidades, lo que les permite hablar de una ultra-subjetivación basada en mecanismos que exigen siempre más a los cuerpos y donde el equilibrio –el principio de placer– está permanentemente superado.

Ahora bien, es preciso destacar que nada de lo anterior sería posible si en el discurso del emprendimiento de la Corfo no hubiese una forma particular de dar sentido al mundo, una determinada inteligibilidad donde las características señaladas aspiran a encontrar su anclaje. Desde Foucault (2016) en adelante se ha destacado el hecho de que la particularidad del neoliberalismo no radica en que la sociedad se encuentre determinada por el régimen de la mercancía, sino más bien por verse sometida a la dinámica de la

competencia, lo que hace que la forma-empresa se erija como el modelo interaccional privilegiado. Versiones contemporáneas de este tipo de análisis sostienen, en la misma línea, que el auge del emprendimiento es un efecto de la consolidación de la empresa-mundo (Moruno, 2015). En nuestra investigación, efectivamente encontramos una narración de carácter holístico y que hemos denominado como *lógica de la forma-empresa*. El siguiente pasaje de la entrevista al Gerente D resulta crucial para comprenderla,

“Entonces eso al final convive con la percepción social de lo que hay, o sea, cuando uno dice 'lucro' suena a malo ¿cachai?, cuando en realidad el Hogar de Cristo tiene que tener algún tipo de lucro en el sentido de decir: 'oye, necesito plata pa crecer'. Lo peor que te puede pasar es tener una buena, una cuestión con impacto social, que tenga bajo impacto, que solo ataque a unos pocos, ¿cachai?, y en ese sentido es un trabajo de construcción cultural, ¿cachai?”.

Si leemos este pasaje teniendo en mente que el emprendedor es quien trabaja para “desarrollar una solución y mejorar la calidad de vida de las personas” (Gerente A), podemos apreciar que existe un desplazamiento fundamental en la concepción tradicional del mercado. Al revisar los datos generados se puede observar que conceptos como “mercancía” o “bienes y servicios” no figuran en el discurso de los entrevistados, y en su lugar se habla de “soluciones” e “ideas”, lo que implica una transformación radical de la significación de lo social. Para decirlo de forma directa: se asiste a una cancelación de los registros de clasificación propios de la sociedad moderna, tales como lo económico, lo social, lo político y lo cultural, y se da paso a un mundo constituido solo por problemas y soluciones, subsumiendo toda interacción social bajo la forma-empresa.

Es debido a lo anterior que bajo el discurso del emprendimiento de la Corfo no estamos pisando el terreno del mercado en su concepción tradicional de relación entre oferta y demanda, sino que pisamos directamente lo social y sus procesos interaccionales. Resulta tentador vincular esta interpretación con lo que se ha denominado como pospolítica, entendida como el abandono de divisiones ideológicas antagónicas por una política basada en la administración de soluciones técnicas (Mouffe, 2009). Sin embargo, consideramos que dicho concepto no logra aprehender la radicalidad del desplazamiento en juego, ya que se trata menos de domesticar al registro político de la sociedad mediante una

lógica externa –como la administración de empresas– que de cancelar todo registro social en pos de una única lógica de interacción basada en el binomio problema-solución. El ejemplo anterior es particularmente claro en esto: el “lucro” no es un objetivo sino una necesidad para hacer crecer la idea-solución que entrega el Hogar de Cristo. No hay bienes ni servicios, no hay mercancías, no hay consumidores, no hay oferta ni demanda, hay soluciones que expandir en la sociedad y *el mejor modo de generar esa expansión es la forma-empresa*. Por lo tanto, dado que toda interacción está configurada bajo el binomio problema-solución, el emprendimiento se configura como un fenómeno “democratizador” en la medida que se pone al alcance de todos. Como sostiene el Gerente D,

“...por primera vez yo diría, al menos en la historia de Chile, [el emprendimiento es] la respuesta a decir: 'pucha esta cuestión no me gusta', y antes si no te gustaba lo único que podíais hacer era poner reclamos o ir a protestar. Hoy día también tení la posibilidad de quitarles el negocio, *empezar a hacer*, por lo menos en el papel, de decir: 'oye, yo también podría construir algo de valor', y eso crea una dignificación del ciudadano de a pie que es totalmente distinta”.

De esta manera, llegamos a un punto donde la normatividad empresarial del discurso de la Corfo no implica solo un hacer impostergable e ininterrumpido, sino que un hacer impostergable e ininterrumpido en tanto que *único modo de hacer las cosas*. Tal como destaca el Gerente C, el emprendimiento es la validación del “poder de organización con lógica empresarial pa resolver problemas de las personas, con o sin fines de lucro”. Por lo tanto, la *lógica de la forma-empresa* debe entenderse como un mecanismo que permite volver equivalentes todas las interacciones bajo el binomio problema-solución dentro un marco empresarial, traduciendo lo social a un campo de problemas y haciendo de la competencia de ideas-soluciones su modo de regulación.

Como se puede apreciar, a través de la Lógica Social hemos identificado los principales rasgos que dan forma a la normatividad del discurso del emprendimiento de la Corfo. En este sentido, destacamos que dicha normatividad establece una concepción de la realidad social marcada por el signo de la velocidad y que, por lo mismo, impone al sujeto-emprendedor un mandato incesante a la actividad, hacia un hacer-siempre-más. Por lo tanto, cuando decimos que el discurso de la Corfo establece una normatividad de lo social

estamos señalando que la práctica del emprendimiento está enmarcada dentro de un espacio de inteligibilidad donde la acción tiene preponderancia frente a la reflexión, donde la velocidad y el movimiento son los estados naturales de los cuerpos, donde las ideas son el elemento a través del cual los sujetos transforman la realidad y, finalmente, donde la forma-empresa se erige como el mecanismo privilegiado para la solución de los problemas sociales y, por extensión, para la interacción social.

5.2.- Lógica Política

Habiendo señalado las principales características del discurso del emprendimiento de la Corfo, es preciso ahora analizar cuáles son las condiciones políticas de posibilidad para que su normatividad pueda articularse y hacer sentido. En esta línea, algunos autores han sostenido que la constitución de una “cultura del emprendimiento” en Chile ha sido consecuencia de la imposición (traumática) de la economía de mercado, la cual habría reactivado la iniciativa y creatividad empresarial de las personas que se encontraban latentes bajo décadas de centralismo y regímenes interventores en materia económica (Muñoz, 2007). De esta forma, el neoliberalismo habría posibilitado un cambio a nivel cultural que trajo a primera línea la responsabilidad individual, la capacidad emprendedora y la racionalidad económica en la toma de decisiones.

A pesar de que el anterior es un antecedente clave para comprender la hegemonía del discurso del emprendimiento en el país, el objetivo de esta sección es más bien indagar en los mecanismos que permiten producir el “efecto de verdad” del discurso del emprendimiento de la Corfo. Si hablamos de efecto de verdad es porque, siguiendo a Miller (2012), entendemos que la verdad no tiene que ver con la adecuación de las palabras y las cosas, sino que con la articulación discursiva que se genera entre significantes. Es por ello que en lo que sigue se presentan las principales lógicas políticas que fungen como causa de la verdad del discurso del emprendimiento de la Corfo.

Lo primero que se debe señalar es que la Gerencia de Emprendimiento de la Corfo no es la primera división estatal destinada al fomento del emprendimiento en Chile. En rigor, esta nace originalmente como una subdirección de emprendimiento al alero de Innova Chile el año 2005, gracias a parte de los fondos recaudados con el royalty minero en

el gobierno de Ricardo Lagos. El gerente que estuvo encargado de levantar la actual Gerencia de Emprendimiento sostuvo que el volumen de demanda por instrumentos de apoyo al emprendimiento hizo necesario darle un estatus distinto a la subdirección, además de que, desde su perspectiva, era necesario desligar el emprendimiento de la tutela de la innovación para potenciarlo en el país. Es así como desde mediados de la década del 2000 comienza a estructurarse el ecosistema de emprendimiento que existe en la actualidad en Chile. Ahora bien, aclarado esto es necesario preguntarse por los mecanismos que permiten que emerja y se legitime la racionalidad de este discurso del emprendimiento. Un primer mecanismo es lo que hemos denominado como *lógica tecnocrática*.

Para comprender a cabalidad lo que queremos expresar con la *lógica tecnocrática* debemos traer a colación el rol histórico que ha jugado la Corfo en Chile. Es relativamente conocido el hecho que la Corfo nace en 1939 con el objetivo de establecer un mecanismo de crecimiento económico a través de un nuevo eje de desarrollo nacional tras la crisis de 1929, lo que implicó una mayor intervención estatal en la economía y la conformación de un Estado-empresario (Meller, 2016; Muñoz, 2007). En este contexto, lo que nos interesa resaltar es que con la constitución de la Corfo, y su impulso de la industrialización, la tecnocracia adquiere una gran relevancia en el seno del Estado, entendiendo por tecnócratas a aquellas personas que son seleccionadas para ocupar cargos relevantes en la toma de decisiones en instituciones públicas o privadas sobre la base de su alta especialización académica (Silva, 2010). Será entonces el conocimiento técnico de los ingenieros que ingresaron a la Corfo lo que le otorga legitimidad a esta última para elaborar e implementar una nueva estrategia de desarrollo que relevó de manera significativa el rol del Estado en la economía, llegando a hablarse incluso de un Estado-programador en la época (Meller, 2016). Es esta capacidad legitimadora del saber técnico la que retorna en el discurso de los gerentes de la Corfo cuando articulan explicaciones respecto a su labor,

"[Corfo] hace el desarrollo del país desde el punto de vista de decir: 'bueno, al parecer los países crecen por estos tópicos', toma ciertas decisiones pa decir: 'bueno usted chileno de a pie, o empresa que está dedicada a su negocio, no tiene pa qué gastarse en tratar de cachar pa dónde van los países, nosotros miramos, le decimos que parece estos temas afectan a los países'; dado que ya cachamos qué temas afectan a los países, cómo lo bajamos a instrumentos que fomenten que pasen esas cosas. Entonces uno de esos temas fue decir: el

emprendimiento innovador, el emprendimiento dinámico; que algunos de los países que crecen lo hacen porque hay innovaciones disruptivas y esas innovaciones disruptivas en general nacen de equipos muy flexibles que son los emprendedores dinámicos" (Gerente D).

El discurso de este gerente es bastante claro: las personas y empresas no tienen de qué preocuparse dado que existe una institución estatal que sabe lo que hay que hacer y trabaja en el desarrollo de los instrumentos para que ello se materialice. Lo relevante de esto, es que Corfo sabe que el emprendimiento dinámico es el mecanismo de desarrollo del país "porque tiene unos técnicos adentro que lo hacen así" (Gerente D). Este saber técnico no es otro que el de la economía, el cual ha tenido una relevancia capital en materia política en los últimos cuarenta años en Chile (Ossandón, 2011), llegando a sostenerse que no hay otro país en América Latina donde la economía haya alcanzado tal grado de relevancia histórica (Montecinos, 2015). Otro entrevistado expresa esto a través del rol central que juega el Consejo Nacional de Innovación en las políticas de emprendimiento de Corfo,

"Bueno, el Consejo, primero está el Consejo Nacional de Innovación que está todo el tiempo señalando que esto había que hacerlo, y eso es bueno. Ahí hay economistas famosos, está José Miguel Benavente, está, cómo se llama, Eyzaguirre como presidente, entonces hay un soporte político dado que están estos personajes detrás diciendo que había que hacerlo, entonces eso facilitó un poco" (Gerente E).

Se puede apreciar cómo el saber de la economía permite dotar de legitimidad al discurso del emprendimiento y, a su vez, generar en el aparato público "el entendimiento sobre la importancia que tienen los emprendedores y el emprendimiento en el desarrollo del país" (Gerente E). No puede pasarse por alto el hecho de que este mismo gerente señale que los "economistas importantes en Chile", en su gran mayoría, han obtenido sus posgrados en instituciones de norteamericanas y "traen un poco el sabor de lo que ocurre en Estados Unidos". Este predominio de la formación económica estadounidense ha sido destacada por investigaciones que ven en ello una suerte de confluencia entorno a una corriente dominante del saber técnico que deja poco espacio para el disenso (Montecinos, 2015), a lo que debe sumársele el que los significantes "Estados Unidos" y "los gringos" son constantemente destacados en los relatos de los gerentes como lugares del emprendimiento

por antonomasia, lo que permite sostener con mayor fuerza la legitimidad del discurso mediante una *lógica tecnocrática*.

Cabe destacar que esta legitimidad asociada al saber técnico se expresa con orgullo en muchos casos, como el del Gerente A que declara que los de Corfo “son los profesionales más destacados, más preparados, de todo el aparato público”. Por lo tanto, podemos sintetizar la *lógica tecnocrática* actualizando el diagnóstico que Patricio Silva (2010) realizó sobre la Corfo de mediados de siglo XX: si en este período existió una posición de vanguardia y una cohesión en el pensamiento de los tecnócratas que posibilitó el despliegue de una “ideología de la industrialización”, hoy podemos decir que dicha vanguardia y cohesión en el pensamiento siguen existiendo al interior de la Corfo, con la diferencia de que ahora permiten legitimar y desplegar una “ideología del emprendimiento”.

Como un segundo componente de la Lógica Política está la *lógica de la igualdad*. En los testimonios de todos los entrevistados fue posible identificar no solo una justificación basada en el saber técnico-económico para la promoción del emprendimiento por parte de la Corfo, sino que con igual o incluso mayor fuerza se señaló que el emprendimiento constituye uno de los mecanismos más poderosos y efectivos a la hora de enfrentar la desigualdad en la sociedad chilena. Una de las maneras de expresar esto es trazando una frontera antagónica que diferencia entre las trayectorias laborales bajo la modalidad de la empresa “tradicional” y las trayectorias ligadas al emprendimiento dinámico. Lo tradicional es insertado en una cadena simbólica donde se lo vincula con la larga duración, el ascenso gradual, las escasas opciones y, particularmente relevante para nuestro objetivo, con la persistencia de desigualdades socioeconómicas. Una forma de graficar este mundo tradicional es relacionándolo con un espacio cerrado de oportunidades, donde la toma de decisiones en las empresas se concentra en unas pocas carreras de la Universidad de Chile y la Universidad Católica, lo que tiende a generar “sesgos en la contratación” (Gerente C) que reproducen desigualdades y dificultan la movilidad. En este sentido, las diferencias entre lo tradicional y el emprendimiento dinámico son totales, ya que en el primero,

"... si estás viviendo o naces en otra familia, con mayores condiciones o mayor, mayor acceso a mejor colegio, mejor entrada a la universidad, mejor universidad, mejor trabajo, y ni hablar de mejor apellido, ni hablar si tení los ojos azules y el pelo rubio, o sea, claramente hay un tema ahí en Chile. Sin embargo, el emprendimiento lo único que hace es que una persona que a lo mejor no tuvo esas oportunidades pueda realmente lograr lo mismo en la medida que sea su sueño" (Gerente A).

De esta manera, el emprendimiento dinámico posibilita la superación del “clasismo brutal” (Gerente C) que opera la sociedad chilena en la medida que permite “democratizar el acceso a las oportunidades” (Gerente B), convirtiéndose en un vehículo de movilización social. Sobre este punto, es preciso señalar que la capacidad legitimadora de la *lógica de la igualdad* es muy amplia. Distintos autores han destacado la importancia que ha tenido la igualdad en la fisonomía del *ethos* democrático en América Latina, a diferencia de otras latitudes, siendo parte fundamental de lo que se ha denominado como la nueva problemática sociohistórica de la región (Garretón, 2014). En este mismo sentido, en nuestro país la desigualdad socioeconómica en particular ha sido uno de los factores claves para interpretar el malestar social y los procesos de repolitización actuales (Ruiz, 2015).

Ahora bien, lo que nos interesa destacar aquí es que no estamos hablando de un tipo particular de igualdad política, jurídica, social o cultural, sino que más bien de lo que Araujo y Martuccelli (2012) denominan como una revolución de la horizontalidad, vale decir, el hecho de que en la sociedad chilena se impuso un horizonte normativo del lazo social que hace que sea desde el ideal de la igualdad que se evalúen las relaciones sociales, independientemente de las jerarquías que puedan operar en ellas. Es sobre esta expansión del ideal de la igualdad que se les ofrece a los sujetos para pensarse a sí mismos y sus relaciones (Araujo, 2013) que el discurso del emprendimiento de la Corfo legitima su normatividad. Tal como lo sostiene el Gerente D,

“... el emprendimiento yo diría que se ha mantenido un poco limpio de eso, en el sentido de decir: ‘pucha, cuando tú eri emprendedor a nadie le importa tu apellido, a nadie le importa tu colegio, lo que importa es que el desafío que estai tratando de resolver sea lo suficientemente grande, que la idea que estai teniendo sea lo suficientemente creativa e innovadora, y que esti con empuje y con un equipo que haga sentido pa lo que queri hacer y chao’, el resto da lo mismo”.

Lo que nos muestran los testimonios de los gerentes es una plena conciencia de los elementos que en nuestra sociedad configuran lo que Araujo (2013) denomina experiencias de negación de la igualdad, las que se sustentan, entre otros aspectos, en jerarquías naturalizadas y privilegios de clase, los que permiten la subsistencia de prácticas como el “pituto”, el peso de las redes y los apellidos y, de forma más general, los rasgos adscritos y la verticalidad. Esta conciencia de la relevancia actual del ideal igualitario en nuestra sociedad se manifiesta en el uso de significantes como “justicia”, “democratización” o “dignidad” en los relatos de los gerentes: dado que el emprendimiento “es una opción de vida, una manera de vivir tu talento” (Gerente C), es injusto que no existan las mismas posibilidades de acceso para todos quienes quieran expresar sus talentos a través del emprendimiento, lo que genera “un tema político en distribuir y democratizar las oportunidades” (Gerente B), un proceso que está lejos de concluir ya que “a pesar de que luchamos por la democratización, todavía no hemos llegado a la democratización real y completa” (Gerente D). Esta democratización de las oportunidades para emprender no solo tendría como resultado una sociedad más justa, sino que, además, produciría una dignificación de las personas, en la medida que –volviendo a la normatividad que describíamos en el apartado anterior– todos puedan hacer. Así lo señala el Gerente D,

"Entonces, cuando hablo de esta dignificación tiene que ver con el hecho de decir: 'pucha, yo no necesito ser multimillonario, ni necesito tener pitutos para partir mi negocio'; y un mensaje que ha penetrado menos, diría yo, y que a veces trato de entregar sobre todo cuando tengo contacto con segmentos más lejanos a este concepto es que: 'oiga, si usted tiene una panadería, si usted hace dulces, la innovación también puede ser para usted, usted se puede reconvertir, se puede reinventar y no hay nada, salvo su cabeza, que limita eso".

Además de la *lógica tecnocrática* y la *lógica de la igualdad*, existe un tercer mecanismo que resulta crucial para comprender las condiciones de posibilidad de lo que llamamos el efecto de verdad del discurso del emprendimiento de la Corfo, y es la *lógica performativa*. Otro gerente, al tocar también el tema de la democratización a través del emprendimiento, nos entrega una aproximación muy precisa de esta lógica: “En ese sentido, haber abierto los *co-work* en todo el país, el dar financiamiento a todas partes, el que estén escuchando a expertos y que cualquiera te escuche, eso es lo que se llama democratizar” (Gerente B). La particularidad de esta lógica puede establecerse en los siguientes términos: mientras que las

lógicas tecnocrática y de la igualdad aspiran a constituirse en garantes de la legitimidad del sentido articulado por el discurso del emprendimiento de la Corfo, la *lógica performativa* designa los esfuerzos institucionales que la Corfo, en tanto que aparato estatal, despliega para producir y reproducir el emprendimiento a través de ritos, ceremonias, programas, concursos, capacitaciones y una serie de regularizaciones y codificaciones de prácticas que permiten hacer del emprendimiento una realidad tangible. Esto es lo que destacamos de la cita anterior: todos tienen donde ir a emprender, todos reciben financiamiento, todos escuchan a los expertos... porque la Corfo está en todos lados haciéndolo posible.

La percepción de que el emprendimiento es un fenómeno completamente internalizado en la sociedad chilena es una de las mayores concordancias entre los entrevistados. En este sentido, existe plena conciencia respecto a la penetración del discurso del emprendimiento en diversos registros de lo social, como las universidades, los medios de comunicación, la sociedad civil y, por supuesto, la política. Ahora bien, así como “hay un convencimiento absoluto desde el punto de vista del sector público, como también de los privados, de que esto es importante para el desarrollo y es importante para la sociedad” (Gerente E), no parece haber tanta conciencia del hecho de que la Corfo se dedica menos a registrar mediante políticas públicas un deseo de emprender que estaría previamente alojado en los sujetos, que a producir de manera constante dicho deseo a través de lo que Judith Butler denomina como “circuito performativo” (Butler, 2010).

Para Butler, la categoría de performatividad permite aproximarse al análisis de los efectos que tienen los fenómenos sociales desde una perspectiva no esencialista, donde, por ejemplo, nociones como “Estado” o “economía” no pueden asumirse como entidades dadas de antemano, vale decir, delimitadas, identificables y conocibles, sino que deben entenderse como procesos de “estadización” o “economización”, los cuales, mediante la repetición de una codificación y ritualización de ciertas prácticas, posibilitan el “efecto” de un Estado o una economía en tanto que campo unificado y reconocible. De esta forma, es gracias a la constitución de un circuito performativo que establece una estructura iterativa de prácticas codificadas –aunque nunca codificables de forma definitiva– que adquieren existencia registros como el Estado o la economía.

Nuestro argumento es que, *mutatis mutandis*, lo mismo ocurre en el discurso del emprendimiento de la Corfo. El caso que mejor ilustra esta lógica es el Programa Start-Up Chile, el cual nace el 2010 y se diferencia de los Capitales Semilla o cualquier otra política de financiamiento directo en la medida que apunta a convertirse en un “programa de entorno”, vale decir, busca producir y reproducir un ecosistema de emprendimiento e innovación mediante la entrega de subsidios a emprendedores extranjeros, en su mayoría estadounidenses, los cuales desarrollan sus actividades en Chile y, de esta manera, transmiten su experiencia a los emprendedores locales. Un gerente lo expresa de la siguiente manera,

“... yo diría que uno de los puntos más fuertes de la cultura fue cuando en 2010 se crea en el gobierno anterior el tema de Start-Up Chile, y lo que hace es decir: 'bueno, traigamos a emprendedores extranjeros a que apoyen a Chile'. Y hay varias cosas que se dan. Uno es que, en esa mentalidad del chileno que creció viendo películas, los gringos siempre son más capos, uno tiende a pensar eso. Entonces, cuando se llenaba de emprendedores gringos acá uno decía: 'oye, mira, el compadre está acá, lo conocí, no es tan distinto a mí, y él emprende, tal vez yo también puedo', entonces empieza a dar la sensación de que hay algo interesante acá". (Gerente D).

Podemos apreciar que nuevamente el “gringo” aparece como un significante clave en el relato en tanto que es éste el que da sentido al Programa: no se trae a cualquier emprendedor, se trae a los mejores, a los capos. Misma visión que tiene el Gerente B: “Igual es choro, pucha, que venga un gringo, venga, no sé, alguien de otra región, de otro lado, y cuente su experiencia donde hay cultura de emprendimiento más desarrollada, creo que fue un acierto”. Ahora bien, lo relevante del Programa no es simplemente que vengan “gringos” a emprender a Chile, sino que sus subsidios contemplan una devolución en términos de difusión de la cultura de emprendimiento que traen consigo, por lo que deben cumplir con una determinada cantidad de horas de charlas al público en general, de mentoría a emprendedores locales, de capacitaciones de diversa índole, entre otras actividades.

Entonces, para volver a la idea del circuito performativo, a través de Start-Up Chile se recurre a figuras investidas de autoridad (los gringos) para producir y expandir una

experiencia del emprendimiento que hace emerger la convicción de que “tal vez yo también puedo”, constituyéndose en un poderoso mecanismo para enactar a los emprendedores locales. Por lo tanto, cuando el Gerente E señala que Start-Up Chile “ha producido un cambio interesante de mentalidad, de forma de ver esto”, debemos tomar sus palabras literalmente: no es que simplemente Corfo trabaje con mentalidades emprendedoras, sino que se dedica a producirlas.

Esta *lógica performativa*, sin embargo, no es exclusiva de un solo programa, sino que es un rasgo general de la Gerencia de Emprendimiento de la Corfo. Es interesante notar que el trabajo de los gerentes no se reduce simplemente al diseño, implementación y coordinación de los programas y fondos de apoyo al emprendimiento, sino que una parte significativa de su labor está enfocada en el trabajo en terreno, en lo que el Gerente B denomina la “creación del efecto” o el “riego de la base” para que el emprendimiento “sea un fenómeno de la sociedad”. El testimonio del Gerente A es claro en este punto: “yo recorrí todo Chile yendo a todas las regiones del país haciendo eventos, haciendo charlas, enseñando emprendimiento, yo di charlas en todo Chile sobre innovación y emprendimiento”, para luego agregar que “a donde nos llamaban, nos invitaban, íbamos a contar el mensaje y a alentar a la gente”.

Estos testimonios nos permiten reforzar nuestra interpretación acerca del carácter performativo de la Gerencia de Emprendimiento de la Corfo, vale decir, que nos encontramos frente a una institución que está permanentemente produciendo y reproduciendo aquello que se muestra como una descripción objetiva de la realidad. Cuando el Gerente B nos señala que “sin la Corfo no se explica el fenómeno [del emprendimiento]”, debemos leer esto considerando al emprendimiento como una de las tantas fórmulas de la economía, sobre las cuales ha señalado Callon (2007) que nacen performativas, permanecen como tales, y solo parecen descriptivas cuando el mundo comienza a actuar acorde a ellas. Y es precisamente esto a lo que apunta la Corfo: “esta cuestión es como una bola de nieve, porque en la medida que haya más personas que lo hagan, otras se van sumando, es un efecto bien exponencial” (Gerente C).

Llegados a este punto nos encontramos con el objetivo último de la *lógica performativa*: sostener la creencia de los sujetos. Cuando decimos que el discurso del

emprendimiento de la Corfo se sustenta en una *lógica performativa* estamos señalando que la repetición de sus ritos y codificaciones de prácticas son necesarias debido a que dicho discurso no tiene un fundamento en el ser, por utilizar un concepto de Laval y Dardot (2013), lo que significa que su existencia es contingente y dependiente de la capacidad de interpelación subjetiva, de que los sujetos se identifiquen con su normatividad. Podemos seguir aquí a Žižek (2008) quien señala que el gran Otro, el orden simbólico que fija el entramado de reglas y prescripciones en que se mueve el sujeto, posee una existencia frágil y en última instancia virtual, dado que depende de que los sujetos actúen como si existiera, por lo que este espacio simbólico solo se vuelve una sustancia verdadera cuando “los individuos creen en ella y actúan en consecuencia” (Žižek, 2008: 20). Lo mismo puede decirse del discurso del emprendimiento de la Corfo: en la medida que no existan sujetos que crean en el emprendimiento y actúen acorde a sus prescripciones, simplemente el discurso deja de tener rendimiento operativo. De ahí la importancia de que los sujetos crean y mantengan la creencia en el emprendimiento, lo que a su vez explica los dos roles que le atribuye el Gerente D a la Corfo,

“... entonces la Corfo tiene que cumplir dos roles: uno es financiar el ecosistema y a los emprendedores para que se produzca este batido, digamos, esta dinámica de gente tratando muchos nodos, haciendo un sistema cada vez más complejo; pero aparte relevando aquellos casos de éxito *para fomentar la esperanza en la gente y la fe po*, de decir: 'oye, hay valor en esto, no son puros pendejos haciendo cuestiones porque son tincados y porque no querían tener jefe', ¿no?".

Podemos apreciar que la fe y la esperanza de los emprendedores son tan o más importantes incluso que el financiamiento de programas y proyectos por parte de la Corfo, dado que sin “generar la sensación de éxito, de que cualquiera puede” (Gerente B) el discurso pierde su capacidad de generar identificación subjetiva. No puede sorprender, por tanto, que se nos señale que “el factor más importante es creer, creer; en el sentido de tener un apoyo externo que dice que tú puedes, y eso puede estar en todas partes” (Gerente B). Con la *lógica performativa*, por tanto, apuntamos a esta enorme cantidad de recursos y energía que despliega la Corfo para sostener la creencia de los sujetos, condición *sine qua non* para la existencia del discurso del emprendimiento.

A pesar de lo señalado hasta aquí, es preciso recordar que la teoría que informa nuestro análisis asume que el sentido de lo social nunca puede ser clausurado de forma definitiva, lo que en otras palabras quiere decir que el efecto de verdad del discurso del emprendimiento de la Corfo posee una eficacia limitada en última instancia, dado que el campo simbólico es siempre contradictorio, sobredeterminado, imposible de totalizar. Es por ello que resulta necesario volver evidentes aquellos momentos donde se interrumpe la eficacia del discurso, donde la unidad simbólica flaquea de manera necesaria. Los datos nos permiten dar cuenta de tres puntos donde el discurso da muestras de no sostenerse simbólicamente de manera coherente.

En primer lugar, está la falla más obvia de todas, y es que la práctica del emprendimiento posee escasos niveles de éxito por lo que, en su gran mayoría, lo que hay en realidad son intentos fracasados de emprendedores, algo que es reconocido por todos los gerentes. A lo que hacemos referencia aquí no es simplemente al hecho de que “es muy difícil vivir en el largo plazo solo como emprendedor” (Gerente D), sino que las propias probabilidades de ser un emprendedor son muy bajas, lo que queda expresado en las constantes alusiones al significante “muerte” en los relatos de los gerentes, y que explica, además, la necesidad de sostener la creencia y la fe de las personas por parte de la Corfo. Como lo sostiene el Gerente A: “hay evidentemente una imagen idealizada del emprendimiento que después, cuando tú la ejecutas, efectivamente es un camino mucho más complejo”. De esta manera, por más que “está de moda decir que uno fracasó” (Gerente D) y se hagan esfuerzos por transformar el fracaso en condición para el éxito, el discurso debe lidiar con la contradicción que genera el producir mucho más fracaso que éxito.

En segundo lugar, podemos encontrar en los relatos de los gerentes constantes valoraciones positivas hacia características o atributos de los emprendedores que abiertamente transgreden la *lógica de la igualdad* que, como vimos, constituye un soporte fundamental del discurso de la Corfo. Esto es lo que expresan las citas siguientes,

"Tú mirai a estos cabros de ahora, [Arturo] Vidal hueón, o sea, una falta de respeto hueón a todo el mundo po hueón, o sea, en Portugal están picados *porque se creen mejores*. Eso pa nosotros, pa mi generación, es impensado, *es impensado sentirse mejor que otro país*,

¿cachai?, menos que Portugal que es un país europeo, y vamos a ir a Rusia hueón, o sea" (Gerente A).

"O sea, cuando hay mucha gente emprendiendo, si tú fuerai un emprendedor solo, claro, te cuestionai, tu familia: 'oye, ¿qué estai haciendo?', pero cuando ya vei a mucha gente emprendiendo y ves que fracasan, quiebran, lo intentan de nuevo, tú lo tomai como parte del sabor del producto que te estai tomando, ¿cachai? Y *bajo la promesa de que uno es una raza media especial porque es más valiente* porque, pucha, *naciste pa hacer cosas grandes* y, segundo, bajo la promesa de algún día volverse multimillonario porque le pegaste el palo al gato, ¿cachai?" (Gerente D).

La valoración positiva de la falta de respeto y el sentimiento de superioridad, la idea de pertenecer a una raza especial, sumado a las posibilidades que abre el emprendimiento para "no ser cualquier persona" (Gerente C), entre otras, son expresión de una abierta transgresión a la *lógica de la igualdad* que, a pesar de todo, no parece resultar problemática para los gerentes. La explicación de esto radica en el hecho de que no toda transgresión adquiere necesariamente un carácter subversivo del orden de las cosas, dado que, como nos recuerda Žižek (2011: 282), la trama sociosimbólica está constituida por "las normas simbólicas y *sus transgresiones codificadas*", lo que hace posible pensar en transgresiones que, paradójicamente, permiten sostener aquello que parece negarse. Esto último es precisamente lo que han destacado algunos investigadores (Glynos, 2008a; 2008b; Stavrakakis, 2010b): que debido a que la prohibición genera el deseo de transgresión, cuando esta se produce se genera una mezcla entre sentimiento de culpa y satisfacción inconsciente que posibilita incluso un sostenimiento mucho más fuerte de la normatividad que si el sujeto se apegara estrictamente a ella.

En tercer lugar, existe una falla que es menos evidente y que tiene que ver con el núcleo mismo del emprendimiento, esto es, la capacidad de solucionar problemas a través de la forma-empresa. Para explicar esto tomemos un ejemplo del Gerente D, quien responde de la siguiente forma a la pregunta sobre las motivaciones que pueden llevar a alguien a querer ser un emprendedor,

"Otra opción es decir: 'puta, a mí me obsesiona un problema: *me obsesiona la pobreza*, me obsesiona el hecho de que no haya un buen servicio de no sé qué cosa, y *lo quiero resolver*'.

Entonces, ¡ah!, resulta eso se llama emprendimiento, 'ah, mira, no tenía idea, a mí lo que me importa en verdad es resolver ese problema', ¿cachai? Y otra es la cuestión de imagen de Mark Zuckerberg y Bill Gates, gallos que hacen su empresa y ahora son los gallos más multimillonarios y salen estos gráficos de qué origen tienen las personas más ricas del mundo: herencias, deportistas, no sé, y los que más plata tienen son empresarios, entonces: 'ah, yo también puedo ser obscenamente multimillonario si es que soy un emprendedor exitoso', ¿cachai?"

Lo que nos interesa destacar de esta cita es que ambas motivaciones resultan ser profundamente contradictorias: se plantea que es posible crear una solución de la pobreza – a través del mercado– que, al mismo tiempo, haga “obscenamente multimillonario” a quien la crea. Lo que se oblitera aquí, y de manera necesaria para el sostenimiento del discurso, es la relacionalidad de los problemas sociales, vale decir, cada problema que es “solucionado” a través del emprendimiento es tratado como una unidad separada de otro problema e independiente del medio utilizado para su solución. Esto es lo que permite obviar el hecho de que al utilizar el mercado para la solución de problemas socioeconómicos (como la pobreza) inevitablemente se crea un nuevo problema (desigualdad de ingresos), por lo que, en rigor, el emprendimiento permite desplazar problemas antes que solucionarlos. O, dicho de otra forma, el emprendimiento soluciona tantos problemas como los que crea.

5.3.- Lógica Fantasmática

Sostenemos que estas fallas, contradicciones y transgresiones presentes en el discurso del emprendimiento de la Corfo son expresión de la imposibilidad para clausurar de forma definitiva su sentido, una muestra de que, en última instancia, el discurso encuentra barreras para constituirse en una totalidad simbólicamente estable. Es por ello que en este apartado se analizan los mecanismos a través de los cuales el discurso logra ocultar esta imposibilidad gracias a la categoría psicoanalítica de “fantasma”.

Una de las premisas del psicoanálisis es que la entrada del sujeto a la trama simbólica de lo social –el gran Otro–, implica la pérdida del acceso inmediato a la necesidad real, al estado de goce total presimbólico –la *jouissance*–, razón por la cual deviene en un sujeto de deseo (Stavrakakis, 2010). Ahora bien, el deseo no es algo que el sujeto adquiera espontáneamente o de antemano, sino que es dependiente de una fantasía o

fantasma que le entrega al sujeto las coordenadas y el objeto de su deseo, por lo que, en rigor, es la fantasía la que hace que el sujeto se constituya como sujeto-deseante (Žižek, 2010). En este sentido, el fantasma se presenta como “una imaginarización del goce como plenitud, que promete recuperar algo que se perdió en el curso de la socialización” (Stavrakakis, 2010: 98), donde la clave está en que el fantasma no provee dicha plenitud sino que la promesa de alcanzarla mediante la producción de objetos que fungen como causa del deseo. De esta forma, el fantasma opera como una estructura narrativa que escenifica una armonía o plenitud por venir que protege al sujeto de la ansiedad que implica la confrontación con la contingencia de lo social (Glynos, 2008a).

Un elemento central a tener en cuenta es que la narrativa fantasmática crea y ofrece objetos de deseo al sujeto que, en sí mismos, no poseen un carácter definido ya que, en rigor, no constituyen un positividad sino que simplemente el impulso que requiere el deseo para circular (Stavrakakis, 2010; Žižek, 2010). De esta forma, nos encontramos con la naturaleza lábil e indeterminada del deseo, en la medida que éste puede adquirir permanentemente nuevas representaciones que dependen del investimento libidinal depositado en ellas. ¿Existe algún objeto de esta índole en el discurso de la Corfo? Si volvemos sobre lo señalado en el apartado de la Lógica Social, recordaremos el rol central que juega “la idea” en el emprendimiento, dado que es gracias a ella que el sujeto desarrolla su solución mediante la forma-empresa. Así, el emprendedor se erige “como fuente de ideas” (Gerente C) que posibilitan la innovación y el desarrollo. Sin embargo, como también destacamos, la idea del emprendedor “puede ser cualquier cosa que se te ocurra en el fondo” (Gerente E), lo que nos muestra su carencia de contenido específico que, sin embargo, no le impide constituirse en el impulso que posibilita el hacer del sujeto, independientemente de que no posea una localización precisa en la realidad.

Es este carácter vacuo de la idea lo que nos permite interpretarla como el objeto-causa del deseo, vale decir, como aquel elemento dentro del discurso que se encuentra investido libidinalmente en la medida que sostiene la promesa de un escenario de plena satisfacción, que funciona como puerta de acceso al goce perdido. De esta manera, en el discurso de la Corfo la idea del emprendedor es investida con capacidades extraordinarias, siendo susceptible de producir desarrollo económico, solucionar problemas sociales,

enriquecer a las personas, superar las desigualdades y, en el fondo, de transformar la realidad de forma permanente, lo que le ha permitido convertirse “en esta fórmula mágica” (Gerente B) en que todo el mundo confía. Así es como la idea se transforma, parafraseando a Žižek (2011), en el centro ausente del discurso del emprendimiento, en aquel elemento que siendo positivamente nada puede, sin embargo, posibilitar el apego del sujeto con el discurso, ya que, para el emprendedor,

“... lo que importa es que el desafío que estai tratando de resolver sea lo suficientemente grande, *que la idea que estai teniendo sea lo suficientemente creativa e innovadora*, y que esti con empuje y con un equipo que haga sentido pa lo que queri hacer y chao, *el resto da lo mismo*” (Gerente D).

Estas cualidades extraordinarias asociadas a la idea del emprendedor, que hacen que el resto dé lo mismo, están lejos de ser una excentricidad del discurso del emprendimiento de la Corfo, ya que se empalman con buena parte de la nueva literatura económica que se sustenta en la premisa de que “el desarrollo económico no se basa en la capacidad de consumir de una parte de la economía, sino en la que tienen las personas de hacer sus sueños realidad” (Hidalgo, 2017: 78). Por lo tanto, podemos sostener que estas cualidades extraordinarias de las ideas asumen un carácter excesivo que opera como contrapeso de la falta de unidad simbólica del discurso de la Corfo que vimos anteriormente, vale decir, que el discurso requiere de una narrativa para capturar el deseo del sujeto mediante el investimento libidinal excesivo de “la idea”, la cual sostiene la promesa de acceso al goce perdido del sujeto y, de esta manera, permite ocultar la falta de fundamento del discurso.

Ahora bien, es preciso entender que “la fantasía es la forma primordial de *narrativa*, que sirve para ocultar algún estancamiento original” (Žižek, 2010: 20), por lo que su rol no es tanto solucionar el problema de la falta de unidad simbólica del discurso como de desplazarlo, de mantener la falta fuera de la vista. Es teniendo esto en mente que podemos comprender lo que nos dice el Gerente D cuando señala que: “Lo que hace que un proyecto triunfe no es la plata con la que parte ni qué tan buena idea es la idea original, lo que hace que un proyecto triunfe es la velocidad con la que cambia”. La promesa de acceso al goce que trae consigo la idea es siempre eso, una promesa, por lo que la presunta satisfacción total que comporta es algo que está permanentemente diferido, constantemente aplazado, lo

que introduce al sujeto-emprendedor en una búsqueda indefinida e ininterrumpida de ideas que le permitan materializar dicha promesa. Y este es, precisamente, el mecanismo fantasmático que le permite al discurso del emprendimiento de la Corfo producir el enganche subjetivo a sus mandatos: gracias al investimento libidinal en “la idea”, los sujetos entran en un circuito interminable de búsqueda del goce perdido a través de nuevas ideas que ponen en marcha soluciones vía la forma-empresa, lo que produce un apego afectivo que va más allá del sentido articulado por el discurso.

Este investimento excesivo sobre “la idea” también nos entrega una pista para interpretar lo que hemos denominado como *lógica del desequilibrio*, que forma parte de la racionalidad del discurso del emprendimiento de la Corfo y que queda sintetizada en el hecho de que los “emprendedores están obsesionados con su solución” (Gerente A). Si la idea es aquello que pone en marcha la solución del emprendedor y es, además, el elemento que sostiene la promesa de acceder a la satisfacción total que el sujeto ha perdido pero desea recuperar, resulta esperable que la relación entre el emprendedor y la idea-solución vaya más allá del principio del placer, vale decir, que no aspire a un estado de homeostasis o equilibrio sino que permanentemente desborde al sujeto en su búsqueda ininterrumpida de la idea (mítica) adecuada. Lo crucial de este circuito es que la idea adecuada no conoce límites en sus capacidades, pero la idea adecuada es lo que siempre elude al sujeto, lo que nunca puede tener del todo. Esto es lo que nos dice el Gerente E cuando nos confiesa que: “No creo que haya problemas de financiamiento en Chile, como muchos dicen, yo creo que la plata está, lo que falta es tener algunas ideas”. De esta manera, el hecho de que el goce del emprendedor esté adherido a “la idea” es lo que permite explicar por qué el sujeto se vincula voluntariamente con mandatos que exigen todas sus capacidades, que lo hacen estar siempre excedido de sí mismo.

Ahora bien, la fuerza del enganche subjetivo del discurso del emprendimiento de la Corfo requiere algo más que la promesa de recuperar el goce perdido a través de la idea convertida en objeto de deseo, ya que, como se ha destacado en la literatura (Glynos y Howarth, 2007; Glynos 2008a), el fantasma se compone tanto por un escenario idealizado o “beatífico”, como por un escenario de catástrofe u “horrífico”, en donde se produce una narración acerca de los impedimentos que hacen que el sujeto no pueda acceder al goce

prometido en la idealización. Esto es lo que Žižek (2010) denomina como “el robo del goce”, con lo que apunta a que toda fantasía, al aspirar a una totalidad armónica imposible, debe necesariamente producir un agente al cual culpar de que la promesa del goce no pueda materializarse. De esta manera, la dimensión horripante de la fantasía permite generar un desplazamiento clave desde la imposibilidad de acceder al goce hacia su prohibición por parte de algún agente externo. Es por ello que se vuelve necesario identificar qué figuras son movilizadas dentro del discurso del emprendimiento de la Corfo como los agentes de prohibición del goce.

En nuestro análisis hemos podido identificar dos agentes que cumplen esta función: los empresarios y el Estado. A primera vista, y teniendo en consideración que el emprendedor es aquel sujeto que busca solucionar un problema a través de la forma-empresa, resulta extraño que uno de los recursos más recurrentes que utilizan los gerentes para definirlo sea, precisamente, en contraposición al empresario. Sin embargo, una primera fuente de diferenciación tiene que ver con la desigual valoración social con que cuenta uno y otro en la actualidad, donde el empresario es asociado con el ser chanta, la pillería, la destrucción del medio ambiente, el abuso y los problemas legales, mientras que el emprendedor se vincula con la producción de empleos, la recuperación económica, el aporte a la sociedad, el idealismo y la dedicación. A esto apunta el Gerente C cuando sostiene que hoy en día “nadie va a decir ‘vivan los empresarios’, nadie va a hacer un *hashtag* #QuieroSerEmpresario, ¿cachai?, y [eso] sí lo teni en el emprendedor”. A pesar de esto, la diferencia crucial no radica allí. Si bien uno y otro están relacionados con la empresa, son las formas de hacer empresa las que están en juego. Mientras que el emprendedor es quien crea una empresa para solucionar un problema a través de la innovación, el empresario es quien está llamado a gestionar una empresa, a establecer estructuras que permitan crecer y rentabilizar el margen. La diferencia radica, por tanto, en que “la compañía está descubriendo, en el primer caso, y en el segundo la compañía está escalando, donde la eficiencia es lo más importante” (Gerente E).

De esta manera, el emprendedor-creador y el empresario-manager no son simplemente dos roles distintos al momento de pensar una empresa, sino que el éxito del segundo implica una pérdida para el primero. Esto se debe a que si entendemos que “la

distinción entre esa gran compañía y un emprendimiento es que [la primera] suspendió su capacidad de innovar” (Gerente A), lo que se termina privilegiando es la eficiencia, las estrategias de ventas y los mecanismos de crecimiento, relegando la innovación –el punto neurálgico del emprendedor– a un segundo plano. La diferencia, pues, se articula alrededor de la primacía que tiene la mentalidad empresarial en Chile, la que prefiere aumentar sus márgenes de ganancia antes que invertir en innovación, la que se estructura para crecer y reduce los espacios para la flexibilidad e iniciativa de las personas. En este sentido es que el Gerente B señala que “el emprendedor y el empresario piensan distinto, [y] efectivamente en Chile gana por lejos el pensamiento empresarial por sobre el emprendedor”. Es la persistencia del mentado rentismo nacional, el que no deja de tener puestos sus ojos en la ganancia, lo que impide el desarrollo del emprendimiento y, por ende, obstaculiza el acceso al goce del sujeto-emprendedor.

En este punto es preciso despejar una posible lectura de lo anterior: no se trata de que el emprendimiento solo pueda desarrollarse una vez que se elimine al empresario, sino que se requiere que el empresario sea cada vez más emprendedor, que entienda que el modo de hacer empresa a través de la solución de problemas gracias a la innovación no es un capricho sino una necesidad. Si decimos que la diferencia se articula alrededor de las mentalidades de uno y otro es porque la lucha del discurso del emprendimiento de la Corfo se da contra cualquier fricción que limite la libre circulación del hacer del emprendedor. De esta manera, el impedimento es menos el empresario en sí que la estructuración propia de la gran empresa que reduce los espacios para la innovación, dado que esta última surge necesariamente “en un ambiente sin restricciones” (Gerente C). En este punto volvemos al sobreinvertimiento en “la idea” del emprendedor, ya que la figura del empresario opera como obstáculo en la medida que su deseo de rentabilizar impide que se produzca la innovación y, en última instancia, priva al emprendedor de la posibilidad de encontrar la idea adecuada que le permita recuperar su goce perdido.

Lo mismo es válido cuando se señala al Estado como barrera para el emprendimiento. Si bien también puede resultar extraña una crítica al Estado desde gerentes de un organismo estatal, el elemento central está en que el Estado, tal como la mentalidad rentista del empresario, puede constituirse en un impedimento para el desarrollo

de la idea del emprendedor debido a la tendencia natural a burocratizar sus procesos. Esto se refleja, por ejemplo, en el relato del Gerente D, quien habla de la existencia de un “Estado medio cabrón”, que se ve “como un castillo”, lo que lo convierte en un espacio poco humano, frío y excesivamente formal que impide ver que, en realidad, es “una cuestión hecha de personas que, puta, que fallamos, que nos equivocamos, que hay errores, que es complejo”, como el emprendimiento mismo. De la misma manera, para el Gerente C, a pesar de la existencia de múltiples instituciones e instrumentos estatales de apoyo y fomento al emprendimiento, “resulta que el mismo Estado es el que está poniendo las trabas”, lo que queda expresado en la siguiente cita,

“... el Estado que te invita a emprender, Corfo, ¿ah?, upa chalupa, 'ya, quiero emprender', y tu enemigo los primeros seis meses de armar una empresa es el Estado: 'vaya a la notaría', 'vaya pa acá', 'saque un papel', 'haga este trámite', ta, ta, ta, ta, que el Sesma, que la cuestión, que tiene que tener la cañería a gas pintada de color amarillo, ¡y no te estoi leseando!”.

La notaría, el trámite, los ministerios y municipalidades, los permisos, las patentes, vale decir, la burocracia en general, es percibida como una traba en la medida en que solidifica una actividad esencialmente líquida, que debe dejársela fluir. Así se entiende la demanda de este mismo gerente por una “súper-simplificación de las cosas”, por una “eliminación radical de la burocracia”, dado que la fricción, venga de donde venga, es un impedimento para que el emprendedor desarrolle su idea y pueda, finalmente, acceder a la fuente del goce.

Como se desprende de lo señalado en este apartado, el discurso del emprendimiento de la Corfo requiere de un suplemento afectivo que le permita ocultar las fallas presentes en su sentido articulado y producir el apego subjetivo a sus normas y disposiciones. A través de la categoría de “fantasma” hemos podido dar cuenta de cómo estas fallas son ocultadas gracias al investimento excesivo del discurso en “la idea” del emprendedor, a través de la cual se construye una narrativa que le promete al sujeto la posibilidad de recuperar su goce perdido con la entrada a la red simbólica, lo que canaliza su deseo y produce el agarre subjetivo. Además, mostramos cómo el discurso construye agentes de la prohibición, representados por el empresario y el Estado, que operan para sostener la narrativa y

mantener en pie la promesa. De esta manera, gracias a la Lógica Fantasmática hemos podido dar cuenta de aquello que Laclau (2008) denominó como la fuerza afectiva del discurso, identificando aquellos elementos que funcionan como objetos de deseo para el sujeto y que permiten sostener el sentido del discurso de la Corfo. Para una visión global del análisis desarrollado, la Tabla 1 sintetiza los elementos centrales identificados en cada una de las Lógicas.

Tabla 1*Síntesis de Lógicas del discurso del emprendimiento de la Corfo*

Lógica	Tipo	Descripción
Social	Imperativo de la velocidad	El discurso demanda que el emprendedor se mantenga ininterrumpidamente desarrollando ideas innovadoras
	Lógica del desequilibrio	Debido a que las ideas y soluciones cambian permanentemente, el emprendedor se convierte en un sujeto desbordado, siempre más allá del principio del placer
	Lógica de la forma-empresa	El discurso disuelve las distinciones clásicas de la sociedad moderna (lo cultural, lo político, lo económico, etc.) y convierte a lo social en un campo de problemas regulado por la competencia de ideas-soluciones
Política	Lógica tecnocrática	El discurso logra legitimarse apelando al saber técnico-económico, un recurso histórico de la Corfo
	Lógica de la igualdad	El emprendimiento se articula como un mecanismo de igualación social en la medida que, para el discurso, lo único relevante es el carácter innovador de las ideas de los sujetos
	Lógica performativa	La Corfo no solo financia emprendimientos sino que destina ingentes recursos para sostener la creencia de los sujetos en el emprendimiento
	Fallas en el sentido	1) El emprendimiento produce mucho más fracaso que éxito; 2) el discurso valora positivamente actitudes subjetivas que transgreden el ideal de la igualdad; 3) en rigor, el emprendimiento no logra su objetivo principal debido a que toda "solución" genera un nuevo problema
Fantasmática	Objeto-causa del deseo	El discurso inviste libidinalmente "la idea" del emprendedor con cualidades extraordinarias más allá de cualquier constricción simbólica, lo que permite que se constituya en un objeto de deseo para el sujeto, el cual le promete acceso al goce (<i>jouissance</i>) perdido posibilitando el agarre subjetivo que oculta las fallas en el sentido
	Antagonismo	El discurso construye dos agentes de prohibición que operan como barreras para que el sujeto-emprendedor recupere su goce perdido: los empresarios (que buscan la rentabilidad y dejan poco espacio a la innovación) y el Estado (que tiende a burocratizar los procesos)

5.4.- *Articulación*

La reconstrucción de las Lógicas Social, Política y Fantasmática del discurso del emprendimiento de la Corfo nos ha permitido aproximarnos a una comprensión de los mecanismos que posibilitan su hegemonía en la sociedad chilena. En este apartado se presentan dos interpretaciones que se pueden extraer de nuestro análisis previo y que permiten entregar una imagen más acabada del fenómeno. La primera, guarda relación con el sentido articulado por el discurso, vale decir, atañe a las Lógicas Social y Política, mientras que la segunda se centra fundamentalmente, aunque no exclusivamente, en la Lógica Fantasmática, esto es, la fuerza afectiva del discurso.

Lo que nos parece fundamental en el funcionamiento del sentido del discurso del emprendimiento de la Corfo es que opera sobre una extrema simplificación del campo social. Si bien no se pueden menospreciar los mecanismos de legitimación y vehiculización de dicho sentido a través de las lógicas *tecnocrática*, *de la igualdad* y *performativa*, lo cierto es que esta simplificación radical posibilita que sea fácilmente asimilado por los sujetos. Esta asimilación se potencia cuando se enlaza con lo que denominamos el imperativo de la velocidad que opera a nivel normativo: si el emprendedor es quien *debe hacer* ininterrumpidamente, y esperando hacerlo antes que otros, es mucho más factible canalizar las energías del sujeto en esta norma cuando se reduce al mínimo la complejidad del mundo y se lo define como un campo donde solo hay problemas que demandan soluciones a través de la forma-empresa. Dicho de otra manera, el discurso del emprendimiento de la Corfo aspira menos a entregar al sujeto una concepción profunda de la realidad y su lugar en el mundo, que a mantenerlo produciendo en todo momento. Es así como nos encontramos frente a un discurso que conjuga una híper-simplificación del sentido de lo social con un imperativo de velocidad que posibilita que el sujeto se vuelque por completo en un espiral ininterrumpido de producción.

Tomemos un ejemplo para desarrollar este punto. Cuando se le consulta al Gerente A sobre si es posible ser siempre un emprendedor o resulta inevitable llegar a un punto donde se pasa a ser un empresario, este nos señala que,

"Podrías mantenerte en el tiempo, de hecho hay un concepto que se denomina 'emprendedor serial', que tiene un emprendimiento, *llegas a cierto punto de muerte o de éxito, pero*

desarrollas otro, desarrollas otro, desarrollas otro, y después los conoces y te dicen: 'bueno, tengo 3-4 empresas que están funcionando y están permanentemente generando ideas y buscando cosas nuevas'. Es una cosa que *yo creo que se tiene en el ADN, es difícil de aprender, a pesar de que yo hago clases de cómo innovar*, con una metodología, pero hay gente que sencillamente lo tiene en el ADN".

Resulta notable apreciar cómo el éxito o la muerte de un emprendimiento se vuelven equivalentes bajo el discurso, dado que cualquiera de los dos desemboca en el mismo resultado: hacer otro, hacer otro, hacer otro... Triunfar o fracasar no parecen ser elementos antitéticos, *no significan cosas distintas*, dado que lo único que no tiene sentido es no hacer otro, y todo lo demás está estructurado para que, de cualquier forma, el sujeto produzca. La misma falta de sentido se aprecia hacia el final de la cita, donde se señala que la innovación es algo que se lleva en la sangre, vale decir, que posee un origen natural, pero que de todos modos se enseña, se puede aprender.

Es así como nos encontramos frente a un discurso que, a pesar de poseer un léxico propio que en su gran mayoría proviene de “los gringos”, reduce el sentido al mínimo necesario debido a que *opera principalmente a nivel del cuerpo del sujeto, no de su conciencia*, lo que quiere decir que las palabras valen más por su capacidad de poner en movimiento los cuerpos que por transportar sentido. Esta interpretación es concordante con investigaciones recientes que señalan que nos encontramos en una etapa del capitalismo donde impera la “biomoralidad”, esto es, donde los cuerpos se erigen como sistema de verdad (Cederström y Spicer, 2015), llegando a un punto “donde nuestros cuerpos son comunicadores más confiables que nuestras palabras” (Davies, 2015: 230).

Podemos decir que, a pesar de todo, esta interpretación no es tan extraña como parece. En su artículo “El concepto de interés: del eufemismo a la tautología”, Albert Hirschman (2014) establece un recorrido histórico para explicar la emergencia y transformaciones que ha sufrido el concepto de interés en la economía política desde fines de la Edad Media hasta nuestros días. El argumento de Hirschman es que luego de siglos en que el interés sirvió como eufemismo para prácticas como la usura, la avaricia o el amor al lucro, ingresó al registro político y se transformó en un equivalente de toda práctica que estuviese informada por el cálculo racional, independientemente del campo de la actividad

humana en que se desarrollara. Lo crucial para nuestro argumento es que el concepto de interés pasó rápidamente a convertirse en una suerte de obsesión en la medida que le dio legitimidad y prestigio a actividades que no poseían gran estima pública, como las actividades comerciales, lo que hizo que su radio de acción se ampliara hasta el punto de volverse tautológico. Sostiene Hirschman (2014: 215) que,

“De esta manera, los intereses llegaron a cubrir virtualmente toda la gama de acciones humanas, desde las estrechamente centradas en uno mismo hasta las abnegadas altruistas, y desde las prudentemente calculadas hasta las apasionadamente compulsivas. A la postre se debía al interés casi todo lo que la gente hiciera o quisiera hacer”.

Esta carencia de sentido del concepto de interés, sin embargo, no impidió que su utilización tuviera eficacia, sino todo lo contrario. De hecho, la doctrina del interés fue acusada de tautológica precisamente “a medida que más y más partidarios se subían al carro del interés, intentando aplicar el concepto a sus propios fines” (Hirschman, 2014: 213). Nuestra interpretación del discurso del emprendimiento de la Corfo es, pues, análoga a la interpretación del concepto de interés de Hirschman: el rendimiento del discurso del emprendimiento no debe medirse tanto por el sentido que comporta sino más por los efectos que logra producir en los cuerpos de los sujetos. Así, es posible llegar a sostener que el discurso del emprendimiento es tan o más tautológico que el concepto de interés, pero ello no quita que sea eficaz en su objetivo de movilizar los cuerpos de los sujetos.

Esto nos permite entrar al segundo punto a destacar aquí, y que guarda relación con cómo logra entonces su cometido el discurso del emprendimiento. Sobre la base de que toda identificación discursiva requiere un soporte fantasmático no reconocido (Žižek, 2011), hemos sostenido que existe un investimento libidinal sobre “la idea” del emprendedor que la reviste de capacidades extraordinarias y que, por lo mismo, comporta consigo la promesa de recuperar el goce perdido del sujeto. En este sentido, en el discurso del emprendimiento de la Corfo la idea es vaciada de cualquier contenido positivo y convertida en el objeto-cause del deseo del sujeto, aquel señuelo que posibilita el apego afectivo gracias a la promesa de la satisfacción absoluta. Sin embargo, dado que la idea no posee un contenido, el sujeto-emprendedor queda apresado en el circuito metonímico propio del deseo que busca permanentemente alcanzar el goce que siempre lo elude. De

esta manera, la interminable búsqueda del goce mediante la presunta idea adecuada es lo que termina por generar el agarre subjetivo del discurso del emprendimiento de la Corfo, dado que esto le permite ocultar sus fallas simbólicas y mantener al sujeto apegado a su normatividad.

Esta interpretación se hace eco de investigaciones que, desde otras perspectivas, ponen el acento en la tecnología afectiva que subyace al neoliberalismo. Es el caso de Gammon (2012), quien sostiene que el surgimiento del neoliberalismo está relacionado con la evolución histórica del control afectivo del capitalismo en la segunda mitad del siglo XX, particularmente con los “patrones de vergüenza” imperantes que hicieron de la jerarquía social y la diferencia un tema tabú. De esta manera, el neoliberalismo se habría constituido en un mecanismo que permite que los sujetos, al tiempo que acatan los límites de la vergüenza, “inconscientemente aún pueden satisfacer deseos latentes en cuanto a la expresión de superioridad” (Gammon, 2012: 512). En otras palabras, el neoliberalismo encuentra su fuente de energía en la sublimación de los deseos de dominación reprimidos por las normas sociales. Podemos apreciar que lo que Gammon sostiene para el funcionamiento del neoliberalismo en general, se ve refrendado por nuestro análisis del emprendimiento en particular, donde la dimensión afectiva o deseante resulta crucial para comprender el funcionamiento de la economía política neoliberal.

Ahora bien, creemos que nuestro análisis aún no está agotado en esta dimensión. Esto se debe a que el deseo está siempre articulado a una falta (Miller, 2012), la que en nuestro caso vinculamos con la falta de sentido o brecha en el centro del discurso del emprendimiento de la Corfo. El punto es que así como identificamos esta falta, también hemos hecho referencia a la *lógica del desequilibrio*, donde mostramos cómo el emprendedor está vinculado a una normatividad que le exige siempre un rendimiento creciente y excesivo, que lo desborda permanentemente. Cuando describimos la Lógica Fantasmática sostuvimos que una lectura de este exceso era que el sujeto se encuentra volcado a la búsqueda constante de ideas porque en el discurso la idea está suturada a la presunta satisfacción absoluta, vale decir, es una lectura que se funda en la falta del sujeto y en un goce que está siempre-ya perdido. Sin embargo, es posible profundizar esta interpretación sin que ello anule lo planteado hasta aquí.

Lo que sostenemos es que, en este punto, es posible apreciar que el discurso opera un pasaje desde el deseo a la pulsión. Para comprender esto es preciso tener en cuenta que el goce como siempre-ya perdido es solo una de las formas de conceptualizarlo dentro del psicoanálisis, ya que también puede hacerse desde la perspectiva opuesta, vale decir, entenderlo como un goce excedente del cual nunca podemos liberarnos (Žižek, 2011). Esto nos permite pensar otra manera de gozar del sujeto, una que ya no se articula en base a la búsqueda interminable de objetos bajo la promesa de que algún día se encontrará el que da acceso al goce perdido, sino que sobre una circulación permanente alrededor del objeto. Como sostiene Evans (1996: 47), el propósito de la pulsión, a diferencia del deseo, “no es un objetivo mítico de satisfacción total, sino volver a su trayectoria circular, y la verdadera fuente de goce es el movimiento repetitivo de este circuito cerrado”. Podemos apreciar que nos encontramos frente a economías distintas: mientras que la del deseo es una economía de la búsqueda del goce total-imposible, la de la pulsión es una economía de la circulación saturada de goce.

El carácter excesivo, repetitivo y, en última instancia, destructivo de la pulsión (Evans, 1996) nos abre una lectura complementaria de la *lógica del desequilibrio* y, de paso, de cómo el discurso del emprendimiento de la Corfo puede operar principalmente al nivel del cuerpo del sujeto. El paso decisivo del discurso radica en que una vez que moviliza el deseo del sujeto tras la promesa de recuperar su goce perdido, *la propia búsqueda ininterrumpida de la idea apropiada se transforma en el objetivo de la acción*, la que pasa a estar saturada de un goce excesivo o plus-de-goce que mantiene al sujeto siempre activo, siempre más allá del principio del placer. Esto permite afianzar el agarre subjetivo a la normatividad del discurso dado que se efectúa un desplazamiento del goce, pasando de la imposibilidad de alcanzarlo a la imposibilidad de desprenderse de él (Žižek, 2011). Podemos apreciar cómo este pasaje desde el deseo a la pulsión en el discurso del emprendimiento de la Corfo permite al sujeto obtener una satisfacción (inconsciente) directamente de su hacer incesante y excesivo, de su constante “hacer otro, hacer otro, hacer otro”, vale decir, de la repetición del circuito interminable de búsqueda de soluciones para problemas que las propias soluciones producen.

Un ejemplo de la vida cotidiana nos puede ayudar a explicar el paso desde una economía del deseo a una economía de la pulsión. En 1999 el mercado argentino vio nacer MercadoLibre, probablemente el emprendimiento más icónico y de mayor impacto que ha tenido dicho país, el cual está dedicado a las compras por internet. En 2009, la compañía estableció una ofensiva comercial para América Latina sustentada en el slogan “Eso que buscas, encuéntralo en MercadoLibre.com”. En la actualidad, sin embargo, podemos encontrar una serie de comerciales de la compañía que están basados en un nuevo slogan: “Nunca dejes de buscar”. En el paso de un slogan al otro podemos apreciar el mismo desplazamiento desde el deseo a la pulsión: mientras que en un principio la compañía estructuraba su narrativa publicitaria prometiéndole al consumidor que el goce total perdido (eso que el sujeto busca) puede encontrarlo en algún objeto de MercadoLibre, luego la narrativa gira y ya no promete el encuentro con el objeto mítico del goce, sino que invierte de goce a la propia búsqueda, la cual ya no puede ser detenida (o, de lo contrario, se acaba el goce).

Postulamos que lo mismo ocurre en el discurso del emprendimiento de la Corfo, donde en un principio el sujeto se encuentra apresado en un circuito metonímico de búsqueda de la idea adecuada que comporta el goce, para luego estar apresado en un proceso de búsqueda *que en sí mismo está atravesado de goce* y que, por lo mismo, no puede detenerse. Esta permanente movilización de los cuerpos bajo el emprendimiento es una muestra de lo que algunos analistas han destacado como la exclusión de la castración en el neoliberalismo contemporáneo (Dipaola y Lutereau, 2017; Alemán, 2016), vale decir, el hecho de que el régimen neoliberal cancela la imposibilidad y, por lo tanto, profita de un goce que no conoce límites.

Es por ello que sostenemos que el pasaje del deseo a la pulsión en el discurso del emprendimiento de la Corfo resulta crucial, dado que el soporte último del discurso radica en el goce excesivo que obtienen los sujetos bajo la repetición ininterrumpida del circuito problema-solución-problema, circuito que excede siempre las capacidades del sujeto y lo lleva a un estado de desequilibrio permanente que, sin embargo, está saturado de satisfacción inconsciente o goce. De esta manera, la falta de unidad simbólica del discurso es ocultada por este plus-de-goce que genera el hacer convertido en fin en sí mismo, donde

ya no se trata de encontrar ese objeto mítico que promete el goce total, sino en encontrar goce en no dejar de buscarlo. Por lo tanto, el discurso del emprendimiento nos enfrenta al hecho de que en un mundo donde se afirma que nada es imposible, donde se postula que las ideas tienen la capacidad de disolver todos los límites simbólicos –porque, como reza el mantra actual: querer es poder–, el sentido parece quedar relegado a un segundo plano. Cuando todos los sentidos son posibles, lo verdaderamente inteligente es no dejar de hacer.

CAPÍTULO 6

Conclusiones generales

“El derecho a vivir y a triunfar se conquista hoy casi por las mismas vías por las que se conquista el internamiento en un manicomio: la incapacidad de pensar, la amoralidad y la hiperexcitación”

Fernando Pessoa, *Libro del desasosiego*.

La investigación desarrollada en las páginas precedentes nos ha permitido elaborar una explicación de la hegemonía de la práctica del emprendimiento en Chile a través del estudio de su institución promotora más relevante, la Corporación de Fomento de la Producción (Corfo) y, particularmente, de su Gerencia de Emprendimiento. Para ello, hemos recorrido un camino teórico-metodológico bastante peculiar dentro de las ciencias sociales nacionales, en tanto que hemos centrado nuestra atención en aquellos puntos aparentemente anodinos donde el proceso incesante de lo simbólico muestra sus fallas, ya que, como nos recuerda Lacan (2015: 30), “entre la causa y lo que ella afecta, está siempre lo que cojea”. De esta manera, nuestra aproximación hacia el discurso del emprendimiento de la Corfo es una explicación *a través de la interrupción*, donde las distintas Lógicas de análisis intentan reconstruir el sentido del discurso poniendo en primer plano la imposibilidad de una clausura definitiva, lo que nos lleva a relevar el rol central que juega el afecto en todo esfuerzo por estabilizar el sentido de lo social.

Si situamos nuestra investigación en relación a la producción académica sobre el fenómeno del emprendimiento tanto en Chile como en el mundo, podemos apreciar que nos alejamos de aquellas aproximaciones que lo entienden como un mecanismo de ocultamiento de relaciones de explotación bajo el capitalismo contemporáneo (Moruno, 2015; Costa y Saraiva, 2012; Ruiz, 2010), no porque sostengamos que ello no es efectivo, sino más bien porque creemos que estas aproximaciones poco ayudan a comprender su funcionamiento en concreto. Es por ello que hemos preferido situarnos en la línea de aquellas investigaciones que asumen que la práctica del emprendimiento, como cualquier

dispositivo o discurso, pone en juego la producción de un determinado tipo de subjetividad (Alemán, 2016; Bernasconi, 2015; Bröckling, 2015), lo que conlleva un análisis de sus intentos por establecer una particular inteligibilidad del mundo que depende para su sostenimiento de la capacidad de generar identificación subjetiva.

Esta inteligibilidad de lo social que pone en juego el discurso del emprendimiento de la Corfo, tal como hemos visto, está sustentada en última instancia por un núcleo fantasmático sin sentido pero que, a pesar de ello, se encuentra saturado de goce o satisfacción inconsciente para el sujeto-emprendedor. De esta manera, nuestros hallazgos son concordantes con investigaciones nacionales y extranjeras que destacan el hecho de que el emprendimiento se vuelve un discurso eficaz no por la consistencia y coherencia de sus mandatos, sino precisamente por su vacuidad y elusividad que le permiten sostener el deseo de identificación y repetir permanentemente circuitos de producción cargados de goce (Nepomiachi y Sosa, 2015; Blanco, 2010; Jones y Spicer, 2009; 2005). Así, nuestro enfoque permite dar cuenta de los mecanismos mediante los cuales el discurso del emprendimiento de la Corfo genera un compromiso subjetivo inconsciente gracias a la producción de objetos de deseo y narrativas de goce, lo que nos entrega una visión mucho más sutil, y empíricamente fundada, sobre el funcionamiento del régimen neoliberal en la sociedad chilena actual.

Sobre esto último, por ejemplo, podemos establecer un contrapunto de la lectura que ofrecen Araujo y Martuccelli (2012) respecto a los desequilibrios temporales en la sociedad chilena y el predominio de la lógica del trabajo-sin-fin. Lo que sostienen estos autores es que en nuestro país los individuos se ven enfrentados a un dispositivo que canaliza todas las energías en dirección del trabajo, estableciendo una temporalidad laboral que parece abarcarlo todo e impide el desempeño de otras actividades valoradas socialmente. Es por ello que postulan la existencia de un desequilibrio estructural entre dominios tempo-vitales que desemboca en la hegemonía del trabajo-sin-fin bajo el neoliberalismo. Lo que nos interesa destacar es que, para los autores, esta temporalidad laboral coercitiva y extensiva emerge “como una necesidad, incluso una fatalidad, desprovista de toda otra legitimidad que la que impone la dura ley de la necesidad económica” (Araujo y Martuccelli, 2012:

169). De esta manera, el trabajo-sin-fin sería la consecuencia de una dominación desnuda, un padecimiento solo soportable por las necesidades económicas que logra satisfacer.

Sin embargo, nuestra investigación permite abrir otra línea de interpretación. A pesar de que la práctica del emprendimiento no puede reducirse a una actividad de índole laboral, de todas maneras establece un circuito de producción ininterrumpido y siempre creciente, tal como lo expresamos bajo la *lógica del desequilibrio* y el imperativo de la velocidad. Pero, a diferencia de Araujo y Martuccelli, creemos que esta normatividad excesiva que recae sobre el emprendedor no puede ser leída como un dispositivo o una dominación desnuda que solo genera padecimiento para el sujeto. Muy por el contrario, nuestro análisis permite identificar aquellos componentes del discurso que operan, precisamente, para generar el compromiso activo del sujeto mediante la libidinización de determinados elementos del discurso que le procuran una satisfacción inconsciente. Si el neoliberalismo solo produjera padecimiento y coerciones económicas, los esfuerzos por analizar los mecanismos que posibilitan su funcionamiento resultarían superfluos. Creemos que si persistimos en ese esfuerzo es porque hay algo más en juego.

Esto nos lleva a destacar lo que consideramos el rasgo más innovador de nuestra investigación, esto es, el rol que juega el afecto en el análisis de los fenómenos sociales. Para decirlo de manera directa, nuestra conceptualización del afecto derivada del enfoque posfundacional nos permite entregar una respuesta a por qué determinados sentidos de lo social, sin ser necesarios, logran sedimentarse de manera duradera. Tal como mostramos en nuestra investigación, el sostenimiento del discurso del emprendimiento de la Corfo es posibilitado por una dimensión afectiva que guarda relación con la condición deseante del sujeto, lo que implica traer al primer plano del análisis al inconsciente. Por lo tanto, si el sentido de lo social nunca puede ser clausurado de manera definitiva, si la causa inexorablemente cojea, el suplemento afectivo en toda producción significativa no puede quedar fuera del análisis y la explicación de los fenómenos sociales. O, dicho en otros términos, las ciencias sociales en general, y la sociología en particular, no deberían descuidar los efectos del afecto en sus esfuerzos por volver inteligible lo social.

Para finalizar, consideramos que la investigación realizada es una muestra concreta de las posibilidades que abre la mentada, aunque no muy a menudo abrazada,

interdisciplinariedad en las ciencias sociales. Teniendo presente que el neoliberalismo no es un elemento explicativo en sí mismo sino aquello que debe ser explicado, y considerando, además, que nos confronta con la necesidad de analizar críticamente significantes que parecen ser inherentemente positivos –como la felicidad, el mérito, el bienestar o la capacidad de emprender–, creemos que el análisis sociológico puede verse beneficiado con algunas de las categorías del psicoanálisis en la tarea de develar los mecanismos inconscientes que permiten soportar los sentidos articulados por el neoliberalismo en nuestra sociedad. Esperamos que esta investigación permita abrir nuevos caminos en esa dirección.

BIBLIOGRAFÍA

- Alemán, J. (2016). *Horizontes neoliberales en la subjetividad*. Buenos Aires: Grama Ediciones.
- Alonso, L. (1998). *La mirada cualitativa en sociología. Una aproximación interpretativa*. Madrid: Editorial Fundamentos.
- Araujo, K. (2013). La igualdad en el lazo social: procesos sociohistóricos y nuevas percepciones de la desigualdad en la sociedad chilena. *Dados – Revista de Ciências Sociais*, 56(1), 109-132.
- Araujo, K. y Martuccelli, D. (2012). *Desafíos comunes. Retrato de la sociedad chilena y sus individuos. Tomo I*. Santiago: LOM Ediciones.
- Archer, M. (2014). *Teoría social realista: el enfoque morfogenético*. Santiago: Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
- Arellano, P. y Rodríguez, P. (2016). *Registro de empresas y sociedades: tu empresa en un día*. Santiago: División Política Comercial e Industrial, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Gobierno de Chile.
- Arellano, P. y Schuster, T. (2016). *Informe de resultados: el microemprendedor en Chile. Cuarta Encuesta de Microemprendimiento 2015*. Santiago: Unidad de Estudios, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Gobierno de Chile.
- Atria, R. (2004). *Estructura ocupacional, estructura social y clases sociales*. Santiago: CEPAL.
- Bachelet, M. (2005). *Programa de gobierno. Michelle Bachelet 2006-2010*. Recuperado de https://www.bcn.cl/obtienearchivo?id=documentos/10221.1/13433/1/2005_programa-MB.pdf.
- Barnett, C. (2005). The consolations of 'neoliberalism'. *Geoforum*, (32), 7-12.
- Bernasconi, O. (2015). ¿Qué nos hace ser individuos? Por un enfoque post-humano, pragmático y relacional. *Athenea Digital*, 15(2), 205-229.

- Biglieri, P. y Perelló, G. (2012). *Los usos del psicoanálisis en la teoría de la hegemonía de Ernesto Laclau*. Buenos Aires: Grama Ediciones.
- Binkley, S. (2011). Psychological life as enterprise: social practice and the government of neo-liberal interiority. *History of the Human Sciences*, 24(3), 83-102.
- Blanco, O. (2010). Microcrédito y emprendimiento en Chile. Un análisis desde la ideología y el análisis de discurso. En M. Di Virgilio, M. Otero, y P. Boniolo (Coords.) *Pobreza y desigualdad en América Latina y el Caribe*. (pp. 250-281). Buenos Aires: CLACSO.
- Boltanski, L. y Chiapello, É. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Ediciones Akal.
- Brinkmann, S. (2014). Unstructured and semi-structured interviewing. In P. Leavy (Ed.) *The Oxford handbook of qualitative research*. (pp. 277-299). New York: Oxford University Press.
- Bröckling, U. (2015). *El self emprendedor. Sociología de una forma de subjetivación*. Santiago: Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
- Bula, H. (2012). Evolution and theories of entrepreneurship: a critical review on the Kenyan perspective. *International Journal of Business and Commerce*, 1(11), 81-96.
- Butler, J. (2010). Performative agency. *Journal of Cultural Economy*, 3(2), 147-161.
- Cahill, D. (2014). *The end of laissez-faire? On the durability of embedded neoliberalism*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Callon, M. (2007). What does it mean to say that economics is performative?. In D. MacKenzie, F. Muniesa y L. Siu (Eds) *Do economists make markets? On the performativity of economics*. (pp. 311-357). Princeton: Princeton University Press.
- Cederström, C. y Spicer, A. (2015). *The wellness syndrome*. Cambridge: Polity Press.
- Cederström, C. y Spicer, A. (2014). Discourse of a real kind: A post-foundational approach to organizational discourse analysis. *Organization*, 21(2), 178-205.

- Clough, P. y Halley, J. (2007) (Eds.), *The affective turn: theorizing the social*. Durham: Duke University Press.
- Costa, A. y Saraiva, L. (2012). Hegemonic discourses on entrepreneurship as an ideological mechanism for the reproduction of capital. *Organization*, 19(5), 587-614.
- Cottet, P. (2014). Tres versiones del diseño para investigaciones sociales. En M. Canales (Coord.) *Investigación social. Lenguajes del diseño*. (pp. 15-42). Santiago: LOM Ediciones.
- Davies, W. (2015). *The happiness industry. How the government and big business sold us well-being*. London: Verso.
- Dipaola, E. y Lutereau, L. (2017). *Cuando el otro es Otro*. Avellaneda: Ediciones La Cebra.
- Evans, D. (1996). *An introductory dictionary of Lacanian psychoanalysis*. London: Routledge.
- Foucault, M. (2016). *Nacimiento de la biopolítica: Curso en el Collège de France (1978-1979)*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Frosh, S. (2007). Desintegrating qualitative research. *Theory & Psychology*, 17(5), 635-653.
- Gammon, E. (2012). The psycho- and sociogenesis of neoliberalism. *Critical Sociology*, 39(4), 511-528.
- Garretón, M. (2014). *Las ciencias sociales en la trama de Chile y América Latina. Estudios sobre transformaciones sociopolíticas y movimiento social*. Santiago: LOM Ediciones.
- Glynos, J. (2008a). Ideological fantasy at work. *Journal of Political Ideologies*, 13(3), 275-296.
- Glynos, J. (2008b). Self-transgressive enjoyment as freedom fetter. *Political Studies*, 56(3), 679-704.

- Glynos, J. (2001). The grip of ideology: a Lacanian approach to the theory of ideology. *Journal of Political Ideologies*, 6(2), 191-214.
- Glynos, J. y Stavrakakis, Y. (2008). Encuentros del tipo real. Indagando los límites de la adopción de Lacan por parte de Laclau. En S. Critchley y O. Marchart (Comps.) *Laclau: aproximaciones críticas a su obra*. (pp. 249-267). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Glynos, J. y Howarth, D. (2007). *Logics of critical explanation in social and political theory*. London: Routledge.
- Gregg, M. y Seigworth, G. (2010) (Eds.). *The affect theory reader*. Durham: Duke University Press.
- Hall, H. y Soskice, D. (2006). Variedades de capitalismo: algunos aspectos fundamentales. *Desarrollo Económico*, 45(180), 573-590.
- Hidalgo, C. (2017). *El triunfo de la información*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Hirschman, A. (2014). El concepto de interés: del eufemismo a la tautología. En *Las pasiones y los intereses. Argumentos políticos en favor del capitalismo previos a su triunfo*. (pp. 199-221). Madrid: Capitán Swing.
- Howarth, D. (2013). *Poststructuralism and after. Structure, subjectivity and power*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Illouz, E. (2007). *Intimidades congeladas. Las emociones en el capitalismo*. Madrid: Katz Editores.
- Jones, C. y Spicer, A. (2009). *Unmasking the entrepreneur*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Jones, C. y Spicer, A. (2005). The sublime object of entrepreneurship. *Organization*, 12(2), 223-246.
- Kenny, K. y Gilmore, S. (2014). From research reflexivity to research affectivity: ethnographic research in organizations. In K. Kenny y M. Fotaki (Eds.) *The*

- psychosocial and organization studies. Affect at work.* (pp. 158-182). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Lacan, J. (2015). *El seminario 11: los cuatro conceptos fundamentales del psicoanálisis*. Buenos Aires: Paidós.
- Laclau, E. (2008). Atisbando el futuro. En S. Critchley y O. Marchart (Comps.) *Laclau: aproximaciones críticas a su obra*. (pp. 347-404). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Laclau, E. y Mouffe, C. (2011). *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Lagos, R. (1999). *Programa de Gobierno: Para crecer con igualdad*. Recuperado de <https://www.bcn.cl/obtienearchivo?id=documentos/10221.1/22304/1/112795.pdf>.
- Lapping, C. (2011). *Psychoanalysis in social research. Shifting theories and reframing concepts*. London: Routledge.
- Larraín, J. (2014). *Identidad chilena*. Santiago: LOM Ediciones.
- Larroulet, C. y Ramírez, M. (2007). Emprendimiento: factor clave para la nueva etapa de Chile. *Estudios Públicos*, (108), 93-116.
- Laval, C. y Dardot, P. (2013). *La nueva razón del mundo*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S. y Rigolini, J. (2014). *El emprendimiento en América Latina. Muchas empresas y poca innovación*. Washington D. C.: Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/Banco Mundial.
- Lordon, F. (2015). *Capitalismo, deseo y servidumbre. Marx y Spinoza*. Buenos Aires: Tinta Limón.
- Maillet, A. (2015). Variedades de neoliberalismo. Innovación conceptual para el análisis del rol del Estado en los mercados. *Revista de Estudios Políticos*, (169), 109-136.

- Mandakovic, V., Abarca, A. y Amorós, J. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor. Reporte nacional de Chile 2015*. Santiago: Universidad del Desarrollo.
- Marchart, O. (2009). *El pensamiento político posfundacional: la diferencia política en Nancy, Lefort, Badiou y Laclau*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Marttila, T. (2015). *Post-foundational discourse analysis. From political difference to empirical research*. London: Palgrave Macmillan.
- Mascareño, A. (2008). Acción, estructura y emergencia en la teoría sociológica. *Revista de Sociología*, (22), 217-256.
- Masotta, O. (2006). *Lecciones de introducción al psicoanálisis*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Mayol, A. y Ahumada J. (2015). *Economía política del fracaso. La falsa modernización del modelo neoliberal*. Santiago: Ediciones El Desconcierto.
- Mazzucato, M. (2014). *El Estado emprendedor. Mitos del sector público frente al privado*. Barcelona: RBA Libros.
- Meller, P. (2016). *Un siglo de economía política chilena (1980-1990)*. Santiago: Uqbar Editores.
- Miller, J-A. (2012). *Sutilezas analíticas*. Buenos Aires: Paidós
- Montecinos, V. (2015). La economía y los economistas: la historia del caso chileno. En V. Montecinos y J. Markoff (Eds.) *Economistas en las Américas: profesión, ideología y poder político*. (pp. 233-310). Santiago: Ediciones Universidad Diego Portales.
- Moruno, J. (2015). *La fábrica del emprendedor. Trabajo y política en la empresa-mundo*. Madrid: Ediciones Akal.
- Mouffe, C. (2009). *En torno a lo político*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Muñoz, O. (2007). *El modelo económico de la Concertación 1990-2005: ¿Reformas o cambio?*. Santiago: Editorial Catalonia.

- Nasio, J. (1998). *Cinco lecciones sobre la teoría de Jacques Lacan*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Nepomiachi, E. y Sosa, M. (2015). Un fantasma actual. Notas para una aproximación a la figura del “empresario de sí”. *Diferencia(s), Revista de Teoría Social Contemporánea*, 1(1), 1-13.
- OECD. (2016). *Entrepreneurship at a Glance 2016*. Paris: OECD Publishing.
- Ossandón, J. (2011). Economistas en la elite: entre tecnopolítica y tecnociencia. En A. Joignant y P. Güell (Eds.) *Notables, tecnócratas y mandarines. Elementos de sociología de las elites en Chile (1990-2010)*. (pp. 109-126). Santiago: Ediciones Universidad Diego Portales.
- Parker, I. (2005). Lacanian discourse analysis in psychology. Seven theoretical elements. *Theory & Psychology*, 15(2), 163-182.
- Rose, N. (1999). *Powers of freedom: Reframing political thought*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ruiz, C. (2015). *De nuevo la sociedad*. Santiago: LOM Ediciones.
- Ruiz, C. y Boccardo, G. (2015). *Los chilenos bajo el neoliberalismo. Clases y conflicto social*. Santiago: Fundación Nodo XXI/El Desconcierto.
- Ruiz, R. (2010). El héroe de la refundación conservadora. Elementos para una crítica del emprendimiento. En M. Salazar y A. Osorio (Eds.) *Democracia y antagonismos en el Chile contemporáneo: Perspectivas post-transicionales*. (pp. 71-91). Santiago: Ediciones Akhilleus.
- Sayer, A. (2010). Reflexivity and the habitus. En M. Archer (Ed.) *Conversations about reflexivity*. (pp. 108-122). London: Routledge.
- Schlesinger, P. (2017). The creative economy: invention of a global orthodoxy. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 30(1), 73-90.

- Schneider, B. (2009). Hierarchical market economies and varieties of capitalism in Latin America. *Journal of Latin American Studies*, 41(3), 553-575.
- Silva, P. (2010). *En el nombre de la razón: tecnócratas y política en Chile*. Santiago: Ediciones Universidad Diego Portales.
- Springer, S. (2015). Postneoliberalism?. *Review of Radical Political Economics*, 47(1), 5-17.
- Springer, S. (2012). Neoliberalism as discourse: between Foucauldian political economy and Marxian poststructuralism. *Critical Discourse Studies*, 9(2), 133-147.
- Stavrakakis, Y. (2010). *La izquierda lacaniana: psicoanálisis, teoría, política*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Stavrakakis, Y. (2010b). Symbolic authority, fantasmatic enjoyment and the spirits of capitalism: Genealogies of mutual engagement. In C. Cederström y C. Hoedemaekers (Eds.) *Lacan and organization*. (pp. 59-100). London: May Fly Books.
- Undurruga, T. (2014). *Divergencias: trayectorias del neoliberalismo en Argentina y Chile*. Santiago: Ediciones Universidad Diego Portales.
- Verduijn, K., Dey, P., Tedmanson, D. y Essers, C. (2014). Emancipation and/or oppression? Conceptualizing dimensions of criticality in entrepreneurship studies. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 20(2), 98-107.
- Wagner, P. (1997). *Sociología de la modernidad*. Barcelona: Herder Editorial.
- Walkerdine, V. y Bansel, P. (2010). Neoliberalism, work and subjectivity: toward a more complex account. In M. Wetherell, y C. Mohanty (Eds.) *The SAGE handbook of identities*. (pp. 492-507). London: Sage.
- Žižek, S. (2011). *El espinoso sujeto: el centro ausente de la ontología política*. Buenos Aires: Paidós.
- Žižek, S. (2010). *El acoso de las fantasías*. Madrid: Siglo XXI Editores.

Žižek, S. (2008). *Cómo leer a Lacan*. Buenos Aires: Paidós.

Žižek S. (1992). *Looking Awry: an introduction to Jacques Lacan through popular culture*.
London: MIT Press.

ANEXO

A continuación, se presenta una matriz del proceso de análisis que da cuenta de los criterios utilizados para la elaboración de las distintas Lógicas en la investigación.

Lógica Social	<i>Lógica del desequilibrio</i>	<p>"La innovación siempre está asociada a alguien que tiene hambre, a un emprendedor que tiene una visión y que desarrolla esa visión buscando satisfacer una necesidad. Y, en general, incluso, son emprendedores que <u>están obsesionados</u> con esa solución. Pasa mucho, tú los ves, <u>están obsesionados</u> con desarrollar eso que tienen como visión" (Gerente A).</p> <p>"Lo que yo más veo en emprendedores en este ámbito de la innovación son gente, personas felices de haber descubierto una solución y que eso funcione, que eso tiene asociado, por decirlo de una manera, el invento tiene un modelo de negocio y ese modelo de negocio funciona, yo veo satisfacción en eso, en eso <u>hay obsesión por ese tema</u>, y que les gusta, que lo pasan bien y que eso es lo suyo" (Gerente A).</p> <p>"... entonces se empieza a ocupar [el emprendimiento] para fenómenos que son parecidos y llamarlo con la palabra que tiene que ver con empuje, con el salir adelante, <u>con el hacer cosas por sobre lo normal</u>, por poner, por ser los creadores" (Gerente B).</p> <p>"Son gallos que <u>están obsesionados</u> con resolver un problema que a ti te afecta, que tiene valor, que son más ágiles que algunas compañías grandes, ¿cachai?" (Gerente D).</p> <p>"Y no solo el ideal, sino que los que crecen, los que triunfan, en general tienen esa mentalidad de <u>tratar de ir viendo el desafío, el próximo desafío y rompiendo el próximo desafío mientras van creciendo</u>" (Gerente D).</p> <p>"Es curioso, [el emprendimiento] es como una moda. Es como todas las modas po, hay veces que hay modas, por ejemplo, antes se usaban los suecos, era la moda de los suecos, <u>pero los suecos son la cuestión más incómoda que hay hueón</u>, o sea mucho más mejor usar las zapatillas Nike que andar con suecos, y la gente andaba con suecos porque era la moda, era como choro" (Gerente E).</p>
	<i>Lógica de la forma-empresa</i>	<p>"Entonces, cuando tú logras identificar <u>el modelo de negocio que va a permitir que alguien esté dispuesto a pagar por lo que estás vendiendo, maravilloso</u>. Y esa es como la clave, porque mucha gente tiene buenos servicios, buenos productos, pero no logra el modelo de negocio adecuado y fracasa" (Gerente A).</p> <p>"... el emprendedor es un creador, <u>es el que crea la empresa</u>, es el que se la juega al inicio y que crea una empresa y que tiene la visión de</p>

Lógica Social	<i>Lógica de la forma-empresa</i>	<p>crear (Gerente B).</p> <p>“... yo creo que el [desafío] más grande, el más difícil, es validar la acción empresarial. <u>El poder de organización con lógica empresarial pa resolver problemas de las personas, con o sin fines de lucro</u>” (Gerente C).</p> <p>“... el emprendimiento tiene que ver con lanzarse al camino propio y, por lo tanto, una persona que estudia arte y decide hacer su taller de arte y lo hace con el propósito de vivir de aquello <u>y en una lógica semi-empresarial si querí, pero en el fondo que armar algo organizado, pa mí califica como emprendimiento</u> tanto como el estudiante de computación que quiere armar un software y vendérselo a Google” (Gerente C).</p> <p>“Entonces eso al final convive con la percepción social de lo que hay, o sea, cuando uno dice 'lucro' suena a malo, ¿cachai?, cuando en realidad el Hogar de Cristo <u>tiene que tener algún tipo de lucro</u> en el sentido de decir: 'oye, necesito plata pa crecer'. <u>Lo peor que te puede pasar es tener una buena, una cuestión con impacto social que tenga bajo impacto, que solo ataque a unos pocos, ¿cachai?</u>, y en ese sentido es un trabajo de construcción cultural, ¿cachai?” (Gerente D).</p> <p>“... y que, por primera vez yo diría, al menos en la historia de Chile, la respuesta a decir: 'pucha esta cuestión no me gusta', y antes si no te gustaba lo único que podíai hacer era poner reclamos o ir a protestar. <u>Hoy día también tení la posibilidad de quitarles el negocio, empezar a hacer</u>, por lo menos en el papel, de decir: 'oye, yo también podría construir algo de valor', y eso crea una dignificación del ciudadano de a pie que es totalmente distinta” (Gerente D).</p> <p>“... la formación del emprendedor tiene que ver con, a partir de una idea, ejecutar acciones concretas para ponerla en marcha y hacerla sustentable, y eso te da un valor infinito <u>no solamente por los negocios que puedan ocurrir allí, sino que por la formación de las personas mismas</u>” (Gerente E).</p>
	<i>Imperativo de la velocidad</i>	<p>“... cuando hablamos de emprendimiento en Corfo, siempre estamos hablando del emprendimiento que tiene apellido: y es innovador, que es un emprendimiento de alto potencial, <u>con rápida capacidad de crecimiento</u> y que, probablemente pa eso, no va a tener que estar muy amarrado a activos fijos porque requieren de mucho capital y, si tú requieres mucho capital, <u>no puedes crecer muy rápido</u>. Entonces está muy relacionado con la tecnología y con la innovación, ¿cachai?” (Gerente A).</p> <p>“Entonces de eso se trata, y yo creo que los emprendedores, estoy hablando de este nicho exclusivo del innovador que postula a Corfo, anda con su solución y anda como conectándola con las personas y anda en la prueba de conectar con las personas, cómo la conecto, <u>y en un momento era de una manera y después sencillamente se dieron</u></p>

<p>Lógica Social</p>	<p><i>Imperativo de la velocidad</i></p>	<p><u>cuenta que era de otra distinta</u>” (Gerente A).</p> <p>“Y hoy día yo te diría que ya hay definiciones mucho más demarcadas: que tiene la capacidad de escalar, incluso nosotros nos la jugamos y dijimos: 'oye, una start-up o un emprendimiento dinámico es una empresa que al tercer año vende un millón de dólares' porque, porque era un tema <u>de velocidad</u>. Entonces hoy día ya hay ciertas características que te permiten decir: 'oye, este compadre es un, es un, o este equipo, es una start-up y no necesariamente un emprendimiento', ¿sí?, y uno entiende a cierto nivel que la diferencia entre una pyme y una start-up que escala es la <u>velocidad</u> con la que crece, el grado de diferenciación con el que crece, la cantidad de lucas que puede mover a través de inversiones, etcétera” (Gerente D).</p> <p>“Lo que hace que un proyecto triunfe no es la plata con la que parte ni qué tan buena idea es la idea original, lo que hace que un proyecto triunfe es la <u>velocidad</u> con la que cambia, entonces esas son características mínimas que debieran tener” (Gerente D).</p> <p>“... el mercado en Chile es muy chico, en general, pa propuestas de innovación, entonces la capacidad que tengamos los chilenos de <u>internacionalizar tempranamente lo que estamos haciendo, llevarlo al mercado rápidamente, mercados globales rápidamente</u>, es un tema muy importante y que en Chile no ha tenido, no se le ha dado la importancia que se le debería dar” (Gerente E).</p>
-----------------------------	--	---

<p>Lógica Política</p>	<p><i>Lógica tecnocrática</i></p>	<p>“... tú tienes que administrar y trabajar un equipo, recursos humanos, personas, equipos grandes en general, con capacidades técnicas importantes, [...] yo creo que [los de Corfo] <u>son los profesionales más destacados, más preparados de todo el aparato público, diría yo</u>” (Gerente A).</p> <p>“... la política de emprendimiento chilena, de nuevo, está dentro de los top 10 mundiales, es decir, lo que se hace en emprendimiento dinámico en Chile <u>es de muy alto nivel pa un <i>policy maker</i>, para una persona dedicada a hacer política es como tomar una de las políticas que son más sofisticadas dentro de nuestro mix de políticas. En esto nosotros no imitamos, nosotros creamos muchas de las políticas que después se imitan</u>” (Gerente B).</p> <p>“[Corfo] hace el desarrollo del país desde el punto de vista de decir: 'bueno, al parecer los países crecen por estos tópicos', toma ciertas decisiones pa decir: 'bueno usted chileno de a pie, o empresa que está dedicada a su negocio, no tiene pa qué gastarse en tratar de cachar pa dónde van los países, <u>nosotros miramos, le decimos que parece estos temas afectan a los países, dado que ya cachamos qué temas afectan a los países, cómo lo bajamos a instrumentos que fomenten que pasen esas cosas</u>'. Entonces uno de esos temas fue decir el emprendimiento innovador, el emprendimiento dinámico;</p>
-------------------------------	-----------------------------------	--

Lógica Política	<i>Lógica tecnocrática</i>	<p>que algunos de los países que crecen lo hacen porque hay innovaciones disruptivas y esas innovaciones disruptivas en general nacen de equipos muy flexibles que son los emprendedores dinámicos” (Gerente D).</p> <p>“Entonces tú dices: 'ya, listo, la Corfo definió que esto era interesante e <u>importante porque tiene unos técnicos adentro que lo hacen así</u>” (Gerente D).</p> <p>“Pero, en general, como que había un entendimiento dentro del Gobierno de que esto, a pesar de que podía tener estos costos políticos, había que hacerlo, ¿ah?, <u>y había que jugársela, y por eso que fue fundamental el Consejo Nacional de Innovación [CNI] porque el CNI le da un respaldo teórico, un respaldo conceptual, a que esto ocurriera.</u> Y por eso es que en Chile ocurrió tempranamente, a diferencia de otros países que están recién partiendo, como Perú, como Colombia, que está recién partiendo, ha sido más difícil” (Gerente E).</p> <p>“Bueno, el Consejo, primero está el Consejo Nacional de Innovación <u>que está todo el tiempo señalando que esto había que hacerlo,</u> y eso es bueno. <u>Ahí hay economistas famosos, está José Miguel Benavente, está, cómo se llama, Eyzaguirre como presidente, entonces hay un soporte político dado que están estos personajes detrás diciendo que había que hacerlo,</u> entonces eso facilitó un poco. Y, por otro lado, el Consejo de Corfo, que es un consejo público-privado, lo cual también es notable, es una estructura organizacional que pocos países tienen y que facilitó mucho. Dentro del Consejo de Corfo, donde se aprueban los programas, habían un tercio por lo menos creo yo, o más, que eran empresarios” (Gerente E).</p>
	<i>Lógica de la igualdad</i>	<p>“... si estás viviendo o naces en otra familia, con mayores condiciones o mayor, mayor acceso a mejor colegio, mejor entrada a la universidad, mejor universidad mejor trabajo, y ni hablar de mejor apellido, ni hablar si tení los ojos azules y el pelo rubio, o sea, claramente hay un tema ahí en Chile. <u>Sin embargo, el emprendimiento lo único que hace es que una persona que a lo mejor no tuvo esas oportunidades pueda realmente lograr lo mismo en la medida que sea su sueño</u>” (Gerente A).</p> <p>“... logramos darle una impronta que ha dejado, que <u>ha democratizado el acceso a las oportunidades y que genera esta sensación de que el emprendimiento puede ser un gran movilizador social,</u> y además un gran movilizador del desarrollo, y de las regiones y del país” (Gerente B).</p> <p>“Entonces se te puede volver, el emprendimiento, una enfermedad, que es que todos los nuevos negocios salgan de la gente que ya tiene, y eso te configura una muy mala sociedad hacia adelante porque es muy homogénea, con muy bajas oportunidades, baja la calidad de la innovación, <u>entonces también hay un tema político en distribuir y</u></p>

Lógica Política	<i>Lógica de la igualdad</i>	<p><u>democratizar las oportunidades, porque ahí es donde tú tienes que poner que todos tengas acceso a redes, que todos tengan la posibilidad de acceso a financiamiento para configurar un país más justo y de mejor calidad de innovación</u>” (Gerente B).</p> <p>“... <u>las organizaciones públicas en Chile son muy clasistas, teni esta división de castas entre Corfo y Sercotec, ¿cachai?, 'déjennos a nosotros los emprendedores del futuro y quédense ustedes con las microempendedoras que trabajan en Overlook y hacen mermelás', ¿cachai? Y eso es un clasismo brutal, es una manera sofisticada de clasismo</u>” (Gerente C).</p> <p>“Entonces, <u>nos pareció un poco injusto que lo que nosotros creemos que es una opción de vida, una manera de vivir tu talento, llamemos así al emprendimiento, quede limitada para aquellos que tuvieron el ejemplo en la casa</u>” (Gerente C).</p> <p>“Y el emprendimiento yo diría que se ha mantenido un poco limpio de eso, en el sentido de decir: <u>'pucha, cuando tú eri emprendedor a nadie le importa tu apellido, a nadie le importa tu colegio, lo que importa es que el desafío que estai tratando de resolver sea lo suficientemente grande, que la idea que estai teniendo sea lo suficientemente creativa e innovadora, y que esti con empuje y con un equipo que haga sentido pa lo que queri hacer y chao, el resto da lo mismo</u>” (Gerente D).</p> <p>“Hay un tema social también de que las redes que uno pueda generar y el contexto social en que tú creciste igual te impacta, lo que te decía antes, que todavía hay un tema de que el emprendimiento se ve de elite, <u>a pesar de que luchamos por la democratización, todavía no hemos llegado a la democratización real y completa</u>” (Gerente D).</p>
	<i>Lógica performativa</i>	<p>“... yo creo que fue en el énfasis, en el énfasis, porque en Chile nunca hubo un antes un Año del Emprendimiento o un Año de la Innovación y, de nuevo, eso no tiene que ver con plata, <u>tiene que ver con una decisión política de decir 'quiero establecer esto como un hito</u>” (Gerente A).</p> <p>“... mucho trabajo en terreno, territorial, ir a visitar a la gente, yo recorrí todo Chile yendo a todas las regiones del país haciendo eventos, <u>haciendo charlas, enseñando emprendimiento, yo di charlas en todo Chile sobre innovación y emprendimiento</u>” (Gerente A).</p> <p>“...<u>sin la Corfo no se explica el fenómeno</u> [del emprendimiento]. Ahora, no es que sea el protagonista sino que este es el protagonista ya cuando maduran es un ecosistema, pero sin la Corfo no se entiende el fenómeno porque al final existen problemas de coordinación tales que si no es desde el sector público tú no puedes orquestar estos ecosistemas, entonces el sector público es el que al final reúne, el que abre las posibilidades, el que subsidia <u>para crear el efecto</u>” (Gerente B).</p>

<p>Lógica Política</p>	<p><i>Lógica Performativa</i></p>	<p>“<u>Entonces la Corfo lo que hace es que riega la base, da las oportunidades, las abre, y genera una serie de dispositivos para que esto sea un fenómeno de la sociedad, no de un grupo de la sociedad</u>” (Gerente B).</p> <p>“... y esa es una cuestión que abrimos nosotros, <u>todos estos programas de entorno precisamente para hacer del emprendimiento un tema más abierto, más transversal socioeconómicamente, etariamente, demográficamente</u>. En regiones también hicimos una serie de programas en regiones, sujetos a evaluación y uno podrá criticarlos, pero como en el abrir el naipe” (Gerente C).</p> <p>“Y yo diría que uno de los puntos más fuertes de la cultura fue cuando en 2010 se crea en el gobierno anterior el tema de Start-Up Chile, y lo que hace es decir: 'bueno, traigamos a emprendedores extranjeros a que apoyen a Chile'. Y hay varias cosas que se dan. Uno es que, en esa mentalidad del chileno que creció viendo películas, los gringos siempre son más capos, uno tiende a pensar eso. <u>Entonces, cuando se llenaba de emprendedores gringos acá uno decía: 'oye, mira, el compadre está acá, lo conocí, no es tan distinto a mí, y él emprende, tal vez yo también puedo', entonces empieza a dar la sensación de que hay algo interesante acá</u>” (Gerente D).</p> <p>“<u>Ya están todos convencidos de que hay una oportunidad acá, ahora cómo hacemos que ese gallo convencido tenga más impacto</u>” (Gerente D).</p> <p>“Y lo que nosotros fuimos a hacer ahí es tratar de identificar cuáles son los instrumentos que realmente permiten apoyar a los emprendedores, fue difícil, fue difícil <u>porque no solamente de plata vive todo esto, sino que también vive de un ecosistema, vive de una formación, vive de un montón de interacciones entre distintos actores, que eso no estaba</u>, o sea, había una concepción en que el Estado le pasaba plata a la empresa, la empresa desarrolla lo que tiene que desarrollar y, después, tiene que mandar un informe, <u>no había una concepción de que esto se hace de forma sistémica</u>” (Gerente E).</p> <p>“<u>Start-up Chile, que ha producido un cambio interesante de mentalidad, de forma de ver esto</u>. Ha traído mucho del lenguaje, mucho de la experiencia internacional, etc.” (Gerente E).</p>
-------------------------------	-----------------------------------	---

<p>Lógica Fantasmática</p>	<p><i>Antagonismo</i></p>	<p>“... hace unos años atrás le entregaron el premio al emprendedor del año a Paulmann, ¿Paulmann es un emprendedor? (Sonríe) Desde cierto punto de vista sí po, desde cierto punto de vista sí, es súper emprendedor: arma cosas nuevas, va a otros países, es un monstruo, es un gallo</p>
-----------------------------------	---------------------------	--

<p style="text-align: center;">Lógica Fantasmática</p>	<p style="text-align: center;"><i>Antagonismo</i></p>	<p>que en muchos temas hay que respetarlo por lo que ha hecho, partió de la nada y generó algo gigantesco. <u>Pero la visión de un emprendedor, uno pensaría que es alguien que tiene poco tiempo en esto, que está desarrollando cosas nuevas, esa es la visión que uno tiene</u>” (Gerente A).</p> <p>“... también en el mundo se está volviendo de moda el tema del emprendimiento, como digo, porque la salida de la crisis financiera mundial tiene que ver, sobre todo la recuperación del empleo con este emprendimiento tecnológico, <u>y porque también los emprendedores tecnológicos empiezan a ganar unas batallas históricas a los empresarios</u>” (Gerente B).</p> <p>“Ahora, <u>eso académicamente es distinto de un empresario. El que crea la empresa tiene una serie de características que son distintas a quien es contratado para liderar la empresa, tiene un amor por la tecnología y un juicio respecto de la inversión en innovación que es distinto del que es contratado, tiene más camiseta, se la juega más por la gente que trabaja con él, es más leal a las personas que, en general, tiene una visión de sí mismo de un, de alguien que aporta a la sociedad, esto es lo que se llama el <i>ownership</i>, que es la camiseta, y que está visto que los fundadores o los que crean las empresas en general, tienen ese comportamiento de mayor inversión hacia la innovación, de más cuidado hacia la gente, de tener mejores políticas de redistribución.</u> En cambio, cuando vienen los que se llaman los administradores profesionales, que están hechos pa rentabilizar el margen, por lo tanto muchas veces tienen un comportamiento más cuidadoso de la innovación, más centrado en lo operativo, más eficiente en los costos y, por lo tanto, con políticas de recursos humanos que pueden ser más complejas, <u>y esas son las grandes diferencias</u>” (Gerente B).</p> <p>“En ese sentido, <u>lo que te digo es que el emprendedor y el empresario piensan distinto, efectivamente en Chile gana por lejos el pensamiento empresarial por sobre el emprendedor</u>” (Gerente B).</p> <p>“Muchas tecnologías que terminan lanzando las grandes empresas son creadas por empresas más chicas que fueron absorbidas en el proceso, pero solo pueden ocurrir, es más probable que ocurran en un ambiente <u>sin restricciones</u>, que es el que te ofrece el espacio del emprendimiento, más que el espacio de la gran empresa” (Gerente C).</p> <p>“... en el fondo que el hallazgo que estaba subyacente en ese proyecto era que era mucho más barato pal sistema <u>si tú le regalabas la plata al emprendedor</u> a que si le montai esta <u>tremenda burocracia</u>, es más barato y efectivo pasarle \$100.000 a una microempresaria pa que tenga capital de trabajo pa comprar el harina, la levadura pa hacer el pan, y lo</p>
---	---	---

<p>Lógica Fantasmática</p>	<p><i>Antagonismo</i></p>	<p>hace en el horno que tiene compadre, hace su pan con lo que puede; a pasarle \$1.000.000 pa que se compre el horno industrial y tenga la batidora no sé qué huevá, ¿cachai?, y le tengai que <u>poner una máquina de pelotuos a filtrarle el proyecto</u>, a seleccionarla, a capacitarla, a que hacer un desayuno, a que llevai al ministro a sacarse la foto” (Gerente C).</p> <p>“... <u>nadie va a decir 'vivan los empresarios', nadie va a hacer un hashtag #quieroserempresario, ¿cachai?</u>, y sí lo teni en el emprendedor. Entonces, yo te diría que hubo una astucia ahí y hoy día nos pegan un poco a los que estuvimos detrás de esa astucia de separar empresario de emprendedores” (Gerente C).</p> <p>“A mí me pasa que, como creo que el emprendimiento es opción de vida que tiene que ver con cómo yo quiero vivir mis talentos, <u>creo que el Estado, como a cualquier ciudadano que tenga algún talento, debiera apoyarlo, o debiera no huevialo al menos, en que exprese ese talento</u>. Ocurre que en el emprendimiento, al revés de muchas otras actividades profesionales, <u>el Estado es un limitante</u>. Si tú eres músico y queri tocar música, el Estado no te va a poner ningún problema. Si tú eri emprendedor y querí emprender, <u>el Estado te va a poner todos estos problemas: la patente, el impuesto, el Sesma, el SAG, contribuciones, ministerio de no sé qué hueá, permisos, o sea, ocurre que hay, yo diría (ríe), ¿cachai?</u>, creo que a la hora de las políticas públicas me preocupa, me preocupa la adjetivización en exceso, creo que hay políticas pro emprendimiento que son súper transversales y hay que poner mucho foco en esas, que cualquier persona pueda emprender” (Gerente C).</p> <p>“Por ejemplo, cuando yo era emprendedor, o cuando tú hablas con un emprendedor, y tú le decí: 'tú eri un empresario', <u>como que te ofendí, ¿cachai?</u>, como que... 'no, yo soy un emprendedor', 'sí, pero estai tratando de convertirte en un empresario', y al tiro te imaginai, no sé, a Piñera y sus problemas legales, te imaginai a Luksic destruyendo ahí Alto Maipo” (Gerente D).</p> <p>“Entonces un empresario, efectivamente, debe tener características de emprendedor, sobre todo si él partió la empresa, ¿cachai?, <u>pero no necesariamente está generando innovación en ese momento</u>, puede estarse volcando a tratar de hacer su negocio principal más eficiente, y ahí no está haciendo emprendimiento, está siendo un empresario que hace una buena gestión, es un buen manager, <u>y son dos roles distintos</u>” (Gerente D).</p> <p>“Un empresario, diría yo, que ya descubrió cómo tiene que hacer para mantener su compañía sustentable y ahora tiene que</p>
-----------------------------------	---------------------------	---

	<p><i>Antagonismo</i></p>	<p>ser súper eficiente para ser competitivo. En ese momento, entonces, se convierte ya en una compañía que está funcionando, ya no es un emprendimiento porque entiende cuál es su cliente, cuál es el producto que tiene que vender, y ahora tiene que hacerlo de forma muy eficiente. <u>Entonces yo diría que esa es la distinción básica: que la etapa inicial, cuando el emprendedor está tratando de descubrir su modelo de negocio, hay grandes cantidades de riesgo, de incertidumbres, es caótico, el tipo tiene que experimentar, tiene que probar cosas, ideas, prototipos, tiene que negociar, inicialmente, de forma difícil, porque es chico, porque está partiendo</u>” (Gerente E).</p>
<p>Lógica Fantasmática</p>	<p><i>Objeto-causa del deseo</i></p>	<p>“Los más exitosos también muchas veces <u>son emprendedores que han tenido un emprendimiento previo</u>, aumenta las probabilidades de éxito quienes han tenido emprendimientos anteriores, <u>aumenta la probabilidad de éxito quien ha tenido emprendimiento previo y ha fallado o ha quebrado, ese gallo es más exitoso en el siguiente emprendimiento</u>” (Gerente A).</p> <p>“Podrías mantenerte en el tiempo, de hecho hay un concepto que se denomina 'emprendedor serial', que tiene un emprendimiento, llegas a cierto punto <u>de muerte o de éxito, pero desarrollas otro, desarrollas otro, desarrollas otro</u>, y después los conoces y te dicen: 'bueno, tengo 3-4 empresas que están funcionando y <u>están permanentemente generando ideas y buscando cosas nuevas</u>'. Es una cosa que yo creo que se tiene en el ADN, es difícil de aprender, a pesar de que yo hago clases de cómo innovar, con una metodología, pero hay gente que sencillamente lo tiene en el ADN” (Gerente A).</p> <p>“Lo que yo más veo en emprendedores en este ámbito de la innovación <u>son gente, personas felices, de haber descubierto una solución</u> y que eso funcione, que eso tiene asociado, por decirlo de una manera, el invento tiene un modelo de negocio y ese modelo de negocio funciona, <u>yo veo satisfacción en eso</u>, en eso, <u>hay obsesión por ese tema</u>, y que les gusta, que lo pasan bien y que eso es lo suyo” (Gerente A).</p> <p>“Y lo otro es que yo creo que es bastante transversal porque uno ve que todas las economías lo ocupan, finalmente la economía China también tiene, está lleno de emprendedores, ¿no?, <u>y es raro que tengamos los extremos del pensamiento político mundial confiando en esta fórmula mágica, ¿no?</u>” (Gerente B).</p> <p>“... entonces la lógica del emprendedor de que puede hacer cosas y que está bien es una lógica como de <u>alguien que abre un mundo y te da la posibilidad de que las personas tengan empleo, tengan trabajo y que mejoren su condición</u>” (Gerente B).</p>

<p>Lógica Fantasmática</p>	<p><i>Objeto-causa del deseo</i></p>	<p>“...empezai a ver emprendimientos que tenían menos que ver con 'me quiero hacer rico' y más que ver con <u>'quiero tener un impacto'</u>” (Gerente C).</p> <p>“O sea, yo me meto en un montón de proyectos y <u>fallo</u> y, así como me encanta que me vaya bien en algunas empresas, <u>no me echo a morir porque me va mal</u>. Y eso que pa mí, en mi generación más o menos se da en algunos casos, en los cabros 'no funcionó, bien po’” (Gerente C).</p> <p>“[El emprendedor es] el tipo que construye y que empuja las barreras” (Gerente D).</p> <p>“... lo que importa es que el desafío que estai tratando de resolver sea <u>lo suficientemente grande, que la idea que estai teniendo sea lo suficientemente creativa e innovadora</u>, y que esti con empuje y con un equipo que haga sentido pa lo que queri hacer y chao, <u>el resto da lo mismo'</u>”</p> <p>“Ser emprendedor está de moda, porque el gallo que está haciendo algo, por mucho que tenga una cuestión en un papel te va a decir: <u>'soy emprendedor, soy bacán'</u>, ¿cachai?, <u>te da la sensación de que es valiente, como que transmite ciertas cosas'</u>” (Gerente D).</p> <p>“La desconfianza, el nivel de desconfianza es súper alto, entonces el compadre que está partiendo y que no tiene mucha experiencia siente que la mejor estrategia es <u>no contar su idea pa que no se la roben</u>, y eso afecta mucho la velocidad con la que puede pivotear” (Gerente D).</p> <p>“Más las historias que se arman, qué sé yo, 'soy más feliz que nunca como emprendedor' <u>y todo lo que te prometen de libertad y todo lo que querai</u>, ¿cachai?, estar trabajando pa uno mismo, o estar resolviendo algo que a ti te llena, te hace feliz y todas esas conversaciones que van alrededor” (Gerente D).</p> <p>“Lo que pasa es que la definición es amplia, entonces tú decí: emprendedor es cualquier persona que sea capaz de poner en marcha una institución sustentable <u>detrás de una idea</u>, y esa <u>idea</u> puede ser social, puede ser una <u>idea</u> de gobierno, <u>puede ser cualquier cosa que se te ocurra en el fondo</u>. Si tienes una <u>idea</u> y eres capaz de ponerla en marcha y hacerla sustentable, eres un emprendedor y, según el tipo de <u>idea</u>, es el tipo de emprendedor que eres” (Gerente E).</p> <p>“No creo que haya problema de financiamiento en Chile, como muchos dicen, yo creo que la plata está, <u>lo que falta es tener algunas ideas'</u>” (Gerente E).</p>
-----------------------------------	--------------------------------------	--

*

Universidad de Chile
Facultad de Ciencias Sociales
Diciembre de 2017